

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ: УСПЕШНАЯ ЖЕНЩИНА В БЕЛАРУССКОЙ ПРЕССЕ

НАДЕЖДА ЕФИМОВА

Аннотация: В докладе на основе результатов социологического исследования (контент-анализа) описан образ успешной женщины, представленный в белорусских средствах массовой информации. Дан сравнительный анализ стереотипов «женского» и «мужского» успеха в СМИ, выявлена область их совпадения и существенного расхождения.

Ключевые слова: контент-анализ, содержание СМИ, стереотип, женский успех.

GENDER STEREOTYPES: SUCCESSFUL WOMAN IN THE BELARUSIAN MEDIA

Abstract: The paper presents the data of sociological research (content analysis), which serves the grounds for description and analysis of the women's success models presented in mass media of Belarus. It provides comparative analysis of the stereotypes of women's and men's success, and reveals their main similarities and differences.

Keywords: Content Analysis, Mass Media, Stereotype, Women's Success.

Начиная с 90-х годов прошлого века в Беларуси стали проводиться социологические исследования по гендерной проблематике. Социальная значимость такого рода исследований не вызывает сомнений:

– во-первых, они дают возможность эксплицировать реальную ситуацию отношения полов и ее отражение в массовом сознании, а в случае проведения регулярных исследований появляется возможность отслеживать динамику ситуации, выявлять характер изменений и факторы, постоянно или ситуативно влияющие на происходящие изменения, или, наоборот, их отсутствие;

– во-вторых, масштабные социологические исследования дают пищу для общественной дискуссии; благодаря СМИ в нее вовлекаются новые участники, осуществляется процесс влияния на общественное мнение и в конечном счете – на отношение общества к гендерным проблемам.

Этим не исчерпывается важность социологических исследований. Они дают свежий материал для учебного процесса, стимулируют разработку академических курсов по социологии гендера, обеспечивают принятие обоснованных управленческих решений, позволяют корректировать деятельность общественных организаций.

Из наиболее заметных социологических исследований, проводившихся в нашей стране по гендерной проблематике, можно назвать проект ПРООН «Содействие расширению общественного влияния женщин в Республике Беларусь», который выполнялся ЕГУ при содействии Министерства труда и социальной защиты в 2003-2004 годах. В рамках данного проекта осуществлено, в частности, контент-аналитическое исследование на тему «Успешная женщина. Интерпретация женского успеха в средствах массовой информации Беларуси» (Ефимова, 2003).

В 2012 году в БГУ контент-анализ на ту же тему и по аналогичной методике был проведен повторно. В фокусе внимания, как и в предыдущем исследовании, были женские журналы, издаваемые в Беларуси. Проанализировано 186 материалов о женском успехе, из которых 52,79% опубликованы в журнале «Алеся», 25,09% – в «Женском Журнале», 22,12% – в журнале «Гаспадыня».

Журналы описывают женский успех в следующих сферах жизнедеятельности (см. Таблицу 1).

Таблица 1. Сфера реализации успеха

Политика и власть:		%
Высшая власть (законодательная, исполнительная и судебная)	6	3,2

Местная власть	15	8,1
Партии и общественные организации	3	1,6
Охрана правопорядка	2	1,1
Международные отношения	0	-
Всего:	26	14,0%
Наука, культура, спорт:		
Образование, воспитание	9	4,8
Медицина, здравоохранение	11	5,9
Наука	3	1,6
Искусство	22	11,8
Шоу-бизнес	36	19,4
Спорт	12	6,5
Всего:	93	50,0%
Производственно-экономические отношения		
Государственное предприятие	8	4,3
Частное предприятие, бизнес.	16	8,6
Всего:	24	12,9%
Приватная сфера:		
Семья	22	11,8
Увлечения, хобби, свободное время	5	2,7
Быт, домашнее хозяйство	16	8,6
Всего:	43	23,1

В соответствии с полученными данными, СМИ описывают женский успех преимущественно в таких сферах как искусство и шоу-бизнес. Очевидно, что такая «картина мира» в средствах массовой информации не репрезентирует реальное положение дел. Большая часть женщин в Беларуси добиваются успеха не на эстраде, а в традиционных для них сферах профессиональной деятельности – образовании, воспитании, здравоохранении. Однако успеху женщины в образовании и воспитании посвящены лишь 4,8% текстов, а успеху в области медицины, здравоохранения – 5,8% текстов. Это ожидаемый результат, так как понятно, что воспроизвести адекватную реальности «картину мира» (во всяком случае, в той части, которая касается жизненного успеха) не входит в задачу СМИ. Они создают собственную мифологию, рассчитанную на потребительский спрос на медиа-рынке. Истории успеха звезд напрямую влияют на популярность издания. Отсюда тот «перекосяк» тематики, который показали результаты контент-анализа.

Важен также вопрос о том, как именно описывается женский успех в каждой из выделенных сфер? Есть ли качественные различия между моделями женского и мужского успеха?

Как показали результаты исследования, образ успешной женщины и образ успешного мужчины в публичной сфере, сфере профессиональной самореализации, весьма близки.

Так, для успеха в искусстве, спорте, шоу-бизнесе велика значимость молодого возраста и для мужчины и для женщины. В основном, героини материалов СМИ – женщины от 15 до 35 лет. Из 36 деловых, моральных и социально-психологических характеристик личности, которые были включены в таблицу контент-анализа, с наибольшей частотой упоминались в СМИ только пять – внешние данные, мастерство, талант, настойчивость, преданность своему делу.

Иначе описывается успех в бизнесе. Здесь важная характеристика героя (персонажа) – высокий управленческий статус: 74,1% мужчин и 61,5% женщин, успешных в сфере бизнеса, – директора компаний, менеджеры. Основные личностные качества успешного предпринимателя, и мужчины, и женщины, – высокий уровень квалификации, упорство и настойчивость, самостоятельность. Признаки успеха: ответственность, высокий статус по управлению.

Успех в сфере политики также связан с высоким статусом. Личностные качества политиков: организаторские (лидерские) способности, преданность своему делу. Основные признаки успеха мужчин и женщин в политике и госуправлении: карьера (быстрое продвижение по служебной лестнице), известность, признание в коллективе, в среде единомышленников.

Основной вывод сравнительного анализа состоит в том, что описания успеха в публичной сфере варьируют в зависимости от области успеха (искусство и спорт, бизнес, политика и госуправление). Но внутри каждой данной области женский и мужской успех существенно не различаются, их описания близки по всем выделенным параметрам. В приватной же сфере (в отличие от публичной) успешный мужчина и успешная женщина описываются по-разному.

Если женщина в публичной сфере описана как волевая, целеустремленная, увлеченная своим делом; то ее описания в приватной сфере акцентируют такие качества, как доброта, вкус, чувство прекрасного, толерантность. Описания мужского характера в приватной сфере мало отличаются от соответствующих описаний в публичной сфере. В приватной сфере он такой же волевой и активный, как и в публичной.

То же можно сказать об индикаторах успеха мужчины и женщины в приватной сфере: для мужчины они остаются в основном такими же,

как в публичной сфере, включая деньги, собственность; для женщины они существенно меняются: признание в близком окружении, в семье, гармонические отношения с близкими.

Итак, мужчина остается собой и в сфере дела, карьеры, профессиональной самореализации, и в сфере личной жизни. Его ресурсы, цели, личностные характеристики, индикаторы его успеха варьируют незначительно.

Успех женщины в публичной сфере гарантирован только тогда, когда она принимает мужские условия игры, осваивает мужские качества характера и в целом, выступает с мужчиной по всем позициям на равных. Успех женщины в приватной сфере, напротив, требует от нее традиционно женских качеств. Таким образом, чтобы быть успешной в жизни, женщина обязана владеть обеими регистрами (как женскими, так и мужскими моделями поведения), постоянно трансформируясь при переходе из публичной сферы в приватную и обратно (Бовуар, 1997).

Библиография

1. Бовуар, Симона (1997). *Второй пол*. Т. 1 и 2: Пер. с франц. Москва: Прогресс; Санкт-Петербург: Алетейя.
2. Ефимова Н. В., «Женский» и «мужской» успех в интерпретации белорусских СМИ (опыт контент-аналитического исследования). Статья написана в 2003 году в рамках проекта ПРООН «Содействие расширения общественному влиянию женщин в Республике Беларусь» (2001–2005) URL (доступ 15.08.2013): un.by/pdf/statistics/8/text3.doc