



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет»  
(национальный исследовательский университет)  
Институт медиа и социально-гуманитарных наук  
Кафедра «Журналистика, реклама и связи с общественностью»

## **ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ  
РАБОТЕ  
ЮУрГУ–42.03.02.2020.116.ПЗ.ВКР

Автор ВКР

студент группы СГ-411

\_\_\_\_\_ А.О. Якимова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

Челябинск 2020

## АННОТАЦИЯ

Якимова А.О. Гендерные стереотипы в профессиональной журналистике. – Челябинск: ЮУрГУ, СГ-411, 2020. – 29 с., 3 ил., 13 табл., библиогр. список – 28 наим., 2 прил.

Ключевые слова: стереотип, гендерный стереотип, гендер, средства массовой информации.

Объектом исследования является формирование гендерных стереотипов в сфере журналистики.

Предмет исследования - процессы и механизмы, влияющие на формирование гендерных стереотипов в сфере журналистики.

Целью работы является изучение гендерных стереотипов в сфере журналистики и восприятие их рекрутерами при подборе персонала на разные должностные позиции.

Задачи работы – рассмотреть понятие гендерных стереотипов, их свойства и функции и теоретически обосновать их влияние на конструкцию и деструкцию массового сознания.

Новизна дипломной работы заключается в исследовании, проводившемся в рамках не только российского опыта, но и зарубежного.

Результаты исследования – работа ориентирована на решение актуальной проблемы: выявление методик преодоления стереотипов в журналистской деятельности и возможность их применения в российском медиапространстве.

Работа может представлять интерес для большинства представителей социума, т.к. мы все являемся частью общества, а значит, испытываем влияние гендерных стереотипов на себе.

## ANNOTATION

Yakimova A.O. Gender stereotypes in professional journalism.. – Chelyabinsk: SUSU, SG-411, 2020. – 49 pages, 3 illustrations, 13 tables, bibliography – 28 titles, 2 appendixes.

Key words: stereotype, gender stereotype, gender, mass media.

The object of the study is the formation of gender stereotypes in the field of journalism.

The subject of the research is the processes and mechanisms that influence the formation of gender stereotypes in the field of journalism.

The aim of the work is to study gender stereotypes in the field of journalism and their perception by recruiters in the selection of personnel for various positions.

The tasks of the work are to consider the concept of gender stereotypes, their properties and functions, and theoretically substantiate their influence on the construction and destruction of mass consciousness.

The novelty of the thesis consists in a study conducted not only in the framework of Russian experience, but also foreign.

Research results - the work is focused on solving an urgent problem: identifying methods to overcome stereotypes in journalistic activities and the possibility of their application in the Russian media space.

The work may be of interest to most representatives of society, because we are all part of society, which means we are affected by gender stereotypes.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	5
1 ПРОЯВЛЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ЖУРНАЛИСТСКОЙ СФЕРЕ .....	9
1.1 Понятие гендера и гендерного стереотипа .....	9
1.2 Свойства и функции гендерного стереотипа.....	16
1.3 Проявления гендерных стереотипов в профессиональных сферах деятельности .....	23
2 ГЕНДЕРНЫЕ КОНФЛИКТЫ В СФЕРЕ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ .....	28
2.1 Анализ гендерных стереотипов в российской медиасреде .....	28
2.2 Анализ гендерных конфликтов в зарубежной медиасреде .....	34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	39
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	41
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ПРИЛОЖЕНИЕ А. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ЗАНЯТЫХ ПО ПОЛУ И ГРУППАМ ЗАНЯТИЙ В 2016 Г .....	44
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДОЛЖОСТНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В СМИ.....	47

## ВВЕДЕНИЕ

Дипломная работа посвящена исследованию формирования гендерных стереотипов в сфере журналистики.

Актуальность темы. В процессе постиндустриального этапа развития современной цивилизации значительно изменился характер участия мужчин и женщин в различных профессиональных сферах. Однако, продвижение не во всех областях оказалось равноценным.

Таким образом, актуальность данного исследования определяется следующими факторами: наличием противоречий между традиционными гендерными стереотипами в общественном сознании и новыми потребностями информационного общества в активном участии мужчин и женщин в различных профессиональных областях; необходимостью глубокого научного изучения данной темы для определения направлений и разработки эффективных средств приведения в соответствие актуальных потребностей современного общества и структуры гендерных отношений.

Степень научной разработки проблемы. Тема работы носит междисциплинарный характер, таким образом, имеет место обращение к научным публикациям широкого тематического спектра разных групп. В них входят публикации посвященные психологии поведения современного общества и структуре гендерных отношений в целом. А также, спектр публикаций, посвященных конкретной сфере деятельности — журналистике. Из числа работ этой группы, прежде всего выделяются труды Ажгихиной Н., изучающей проблемы гендерного неравенства в современных масс-медиа, Айвазовой С.Г., посвятившей свою работу проблемам равноправия женщин, Воронин, О.А. осветившей стереотипию образов женщин в СМИ и др., посвятивших свои исследования проблеме гендерного неравенства в истории русской журналистики.

Объектом исследования является формирование гендерных стереотипов в сфере журналистики.

Предмет исследования — процессы и механизмы, влияющие на формирование гендерных стереотипов в сфере журналистики.

Цель исследования — выявление гендерных стереотипов в сфере журналистики, анализ их происхождения, степень влияния на общественное сознание. Большинство рекрутеров при подборе и оценке персонала полагаются на экспертную интуицию, а не на объективные факторы и валидные методы оценки, так как это экономит ресурсы. Именно такой интуитивный стиль оценки и принятия решений, на наш взгляд, может способствовать наибольшей стереотипизации.

Исходя из поставленной цели, были определены следующие задачи:

1. Рассмотреть представление о гендере, гендерных различиях и гендерных стереотипах, изучить механизмы их возникновения и функционирования. Раскрыть их свойства, функции и теоретически обосновать их связь с мышлением индивидов.
2. Изучить историю возникновения исследований о гендерных стереотипах.
3. Изучить основные характеристики гендерных стереотипов в трудовой деятельности и проанализировать рынок труда в последние годы.
4. Сделать вывод о влиянии стереотипизации на процесс трудовой деятельности в современных СМИ.

Методы исследования. В работе были использованы анализ и синтез, сравнительный анализ, обобщение.

Эмпирическую базу ВКР составили публикации различной жанровой принадлежности (преимущественно информационного характера): интернет порталы — Журналист.ру (jrnlst.ru), Электронный научный журнал “Медиаскоп” (mediascop.ru), Электронная библиотечная система открытого доступа “Научный корреспондент” (nauchkor.ru), Studentlib, Научный журнал “Современные

наукоемкие технологии” ([top-technologies.ru](http://top-technologies.ru)), Электронная библиотека БГУ ([elib.bsu.by](http://elib.bsu.by)).

Кроме того, к анализу были привлечены: материалы психологических, культурологических, экономических и социологических исследований; результаты анализа печатных СМИ, проведенного Союзом женщин-журналисток, Женским объединением «Фемина» в 1995-2001 гг, результаты исследования Института социально-экономических проблем народонаселения РАН «Российская медиасреда: гендерные аспекты занятости и карьеры», подготовленное в рамках партнёрства с Ассоциацией независимых региональных издателей и Шведским институтом журналистики «ФОЙО».

Научная новизна работы заключается в том, что в ней представлен ряд частных наблюдений и выводов, сделанных в результате анализа российских и зарубежных массмедиа.

Практическое значение данной работы состоит в том, что сделанные в ней выводы могут быть использованы в других научно-исследовательских работах, а также в качестве наглядного материала, предназначенного для студентов, изучающих журналистское мастерство, для действующих журналистов и специалистов, интересующихся данной темой. А также, для понимания сути гендерных стереотипов и их развития в современной журналистике.

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений. Работа построена в соответствии с целью и задачами и отражает логику исследования.

Первая глава теоретическая и представляет собой анализ теории стереотипов, в ней я рассматриваю понятие гендера, понятие гендерного стереотипа, свойства и функции гендерных стереотипов, а также причины их возникновения и устойчивости в современном обществе. В параграфе 1.3 подробно рассматриваются конкретные формы проявления гендерных стереотипов в различных сферах профессиональной и трудовой деятельности и конкретно в журналистике.

Вторая глава содержит анализ российских и зарубежных массмедиа на наличие гендерных стереотипов. В заключении подводятся итоги проведенного исследования и формулируются основные выводы.

Список литературы включает 28 наименований.



# 1 ПРОЯВЛЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ЖУРНАЛИСТСКОЙ СФЕРЕ

## 1.1 Понятие гендера и гендерного стереотипа

Гендерная проблематика, возникшая в связи с необходимостью общества достичь равноправия между мужчинами и женщинами, осмыслить их роли в обществе, прочно вошла в сознание людей. Интерес ученых к гендерным проблемам во всех отраслях общественной жизни продолжает расти в настоящее время.

Современные ученые дают множество определений, а также, толковых словарей, в которых заключается представление кратких определений основных терминов и понятий, используемых в гендерных исследованиях.

Понятие гендер обозначает сложный социокультурный процесс формирования (конструирования) обществом различий в мужских и женских ролях, поведении, ментальных и эмоциональных характеристиках, и сам результат – социальных конструкт гендера<sup>1</sup>.

Привычное понимание гендера современным человеком заключается в различиях между мужчинами и женщинами, поскольку слово «гендер» ошибочно воспринимают как слово «пол». Однако данные понятия не являются тождественными и имеют фундаментальные отличия. Гендер затрагивает социокультурные и психические различия, а пол – физические.

Пол – многозначная и сложная научная категория. Это понятие обозначает не только совокупность генеративных признаков, но и подразумевает весь спектр анатомических, физиологических, поведенческих и психологических признаков особей в зависимости от пола. Примечательно, что только в XX в. выяснилось, что половая принадлежность не является монолитной и однозначной. Пол

---

<sup>1</sup>Хасанов Р.Ф. Основы гендерных исследований: пособие для преподавателей и студентов гуманитарных факультетов и педагогических вузов / Р.Ф. Хасанов. – Бирск: Изд-во БГУ, 2008. – С.7.

является многоуровневой системой, которая формируется одновременно на разных стадиях индивидуального онтогенеза.

Не одно десятилетие ученые потратили, чтобы доказать: человек не рождается мужчиной или женщиной, а становится ими под влиянием социальных и культурных факторов. «Половое разделение труда» перестало выглядеть универсальным с вовлечением женщин в образовательный процесс и процесс общественно-производственной деятельности. Оказалось, что обоим полам под силу выполнять разную работу.

Именно это повлекло изменения и в языке науки. Аспекты взаимоотношений мужчин и женщин долго описывались в таких понятиях как «половая роль», «половая идентичность», говорящих не о природных, а о социальных отношениях и нормах. В данном случае прилагательное «половой» имело устаревшее значение. Чтобы избавиться от этого фактора учеными было введено понятие гендера, который не имел ничего общего с половой принадлежностью.

В науке слово «гендер» является искусственным. Однако, в психологии и сексологии употребляется довольно часто, в широком смысле обозначая поведенческие и психологические свойства, ассоциирующиеся с феминностью и маскулинностью. В более узком смысле гендер приобрел значение «социального пола», ролей, идентичностей и сфер деятельности мужчин и женщин, зависящих от социальной организации общества.

Этнографические данные говорят о «съемности» гендерной идентичности. Многие культуры признают наличие «третьего пола», создавая для него социальные идентичности и ниши. Таким образом, в настоящее время в разных культурах существует больше двух гендеров и люди не уделяют такого большого внимания анатомическому полу человека при определении его гендерной роли. Роли и поведение, ориентированное на них, не является однозначным и жестким.

В настоящее время для различения смысла существует два разных термина:

1. Биологический пол: биологическое различие мужчин и женщин;
2. Социальный гендер: культурное различие мужчин и женщин.

В процессе воспроизводства человеческого рода в обществе складывается определенный тип отношений, который в свою очередь получил название «гендерные отношения». В древности гендерные отношения основывались на политическом, экономическом и социальном превосходстве мужчины. В науке подобный уклад отношений называется патриархатом.

Однако в начале XX века появилась тенденция стремления женщин к всеобщему равенству. Женщин XX в. отличало острое чувство социальной независимости, а также, стремление к участию в общественных процессах. Подобные стремления были вызваны неудовлетворенностью собственной жизнью среди женщин, осознанием низкой статусности и значимости в обществе.

Желание женщин прийти к всеобщему равенству привело к возникновению новых товарищеских отношений между биологическими полами. Женщинами были достигнуты: право занимать государственную должность, право голоса, право овладевать любой профессией и т. д.

Смещение «мужских» и «женских» ролей было воспринято обществом как отклонение и угроза привычному укладу жизни, поскольку миропорядок веками основывался именно на разделении полов.

Активизация феминистских движений привела к множеству проблем. Поскольку различия между полами оказались стерты, произошла феминизация и маскулинизация некоторых из сфер деятельности. Например, мужчины ушли из сфер образования и медицины.

Многими учеными феминизм признается как агрессивный способ борьбы за равенство, который не идет на пользу женщинам и причиняет вред мужчинам. Феминистские движения продолжают существовать и в современном обществе, однако, современные гендерные отношения по-прежнему основываются на основе «первородства» мужчины, который играет роль защитника и добытчика в семье, и предназначении женщины как хранительницы очага.

Гендерные отношения в современном обществе являются проблемными и конфликтными, уход от первобытных отношений между мужчиной и женщиной

дается обществу с трудом. Ведь в общественном сознании существуют мнения о существовании конкретных качеств у определенных полов. Иными словами, современное общество привыкло мыслить стереотипами. Именно гендерные стереотипы прошли путь укрепления в социальной среде с древних времен и до современности.

Гендерные стереотипы – сформировавшиеся в культуре и обществе обобщенные представления и убеждения о том, как в действительности должны вести себя и выглядеть женщины и мужчины.

Примером гендерных стереотипов служит традиционное представление мужчины и женщины в обществе. Образ женщины – длинные волосы, платье. Образ мужчины – короткая стрижка, брюки. Примечательно, что в настоящее время подобный внешний вид мужчин и женщин не является закономерностью. Однако в подсознании человека уже существует исторически сложившийся ассоциативный ряд. До сих пор распространенными являются стереотипы: «у женщин низкая самооценка», «женщины не созданы для высоких достижений», «женщины тщеславны», «женщины – слабый пол», «женщины не разбираются в технике», «женщины более романтичны», «женщины транжируют деньги».

Социальные стереотипы (в число которых входят гендерные стереотипы) имеют большое значение в функционировании социума и значительно облегчают человеку процесс восприятия действительности. Но подобный процесс «сокращения» понимания и познания происходящего вокруг приводит к отсутствию восприятия человеческой индивидуальности. Иными словами, человеку гораздо проще мыслить стереотипами, нежели воспринимать действительность задействуя мышление, анализируя происходящее вокруг.

«Стереотип» как термин был введен в 1922 году У. Липпманом, американским социологом. Термин описывал процесс формирования общественного мнения. С 1922 года термин успешно применяется в обществе, характеризуя устойчивый образ, складывающийся в общественном или групповом подсознании. У. Липпман выделял две основные причины формирования стереотипов: экономия

усилий человека при восприятии социальных объектов; защита уже существующих групповых ценностей и своих прав.

В современной науке существует несколько типологий стереотипов и критериев их выделения. Одной из самых распространенных типологий является классификация стереотипов по объекту стереотипизации.

Согласно ей стереотипы подразделяются на:

1. Антропостереотипы: стереотипы персоналий и социальные стереотипы;
2. Событийные;
3. Предметные: вещественные стереотипы и понятийные стереотипы.

Для нас особый интерес представляют стереотипы, относящиеся непосредственно к человеку - антропостереотипы (к ним относят стереотипы персоналий и социальные стереотипы), сформировавшиеся под влиянием социума.

Западные социологи первыми проявили интерес к проблемам гендерных стереотипов. В 1970-ых годах были проведены первые исследования по этой теме. Одна из первых работ в этой области принадлежит И. Броверман и ее коллегам. В 1972 году они подтвердили гипотезу об андроцентризме гендерных стереотипов. Иными словами выявили определенный набор качеств, который является типичным для мужчин и женщин. Информация была собрана при помощи метода социального опроса.

Таблица 1.1 – Набор качеств типичный для мужчин и женщин

Типичный мужчина	Типичная женщина
Агрессивный	Тактичная
Независимый	Проявляет расположение
Скрывающий эмоции	Нежная
Любит математику и науку	Не использует грубых выражений
Обладает деловыми навыками	Понимает чувства других

Продолжение таблицы

Знает, как осваивать мир	Разговорчивая
Легко принимает решения	Религиозная
Самодостаточен	Ценит искусство и литературу
Свободно говорит о сексе с другими мужчинами	Интересуется собственной внешностью
Предприимчивый	Сильно нуждается в защите
Доминирующий	Аккуратная в привычках
	Спокойная

В последующие десятилетия появлялось множество монографий и статей, посвященных гендерной проблематике уже других авторов: Дж. Уильямс, Дж. Макки А. Шерифс и т. д.

В России область гендерной стереотипизации начала освещаться только в 1980-ых годах. Советские психологи уже имели возможность опираться на опыт зарубежных коллег, чтобы продвинуться в изучении данной темы. Изначально ими использовался их собственный термин «полоролевые стереотипы». Примечательно, что наиболее исследуемыми аспектами темы стал анализ проявления гендерных стереотипов непосредственно в масс-медиа и в рекламе. Также, подробному анализу российских социологов, психологов, лингвистов, этнографистов, экономистов и культурологов подверглись темы проявления стереотипов в экономической сфере, политической сфере и сфере социальной политики.

Принято считать, что именно в 1990-ых годах в России появились первые феминистские группы, независимые женские организации, а в печатных СМИ первые публикации, посвященные гендерной проблематике, в том числе о стереотипизации.

Важным этапом в развитии можно считать научную конференцию «Гендерные исследования в России: проблемы взаимодействия и перспективы развития», состоявшуюся в 1996 году. На конференции были затронуты социальные,

методологические и институциональные проблемы, связанные с гендерными исследованиями и их освещением в высшей российской школе. Главной задачей конференции являлось налаживание более тесных связей между гендерными исследователями из России и стран СНГ<sup>2</sup>. Именно этот этап считается началом развития «российских» гендерных исследований.

В последние два года XX столетия особое внимание уделялось процессу легимитизации и широкому распространению гендерного образования в высших учебных заведениях России. По своей природе гендерные исследования являются междисциплинарными, именно поэтому они с трудом вписываются в учебные программы.

Однако, развитие гендерного образования набирает темпы, и уже к сегодняшнему дню эта тематика рассматривается во многих высших учебных заведениях. Гендерные курсы включены в общие учебные программы по психологии, истории, лингвистике, социологии, философии и антропологии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что развитие гендерных исследований столкнулось с определенными трудностями и проблемами. Но за двадцать лет было сформировано новое направление гуманитаристики, получившее признание в образовательной и академической сферах. В настоящее время данное направление только растет, в том числе и в «географическом» смысле, т. е. сегодня гендерные исследования проводятся и преподаются более чем в шестидесяти городах России и странах СНГ.

В 1990-ых годах советские психологи только приступали к изучению гендерных стереотипов и использовали свой собственный термин «полоролевые стереотипы». Данный термин является синонимичным с понятием «гендерные стереотипы» и обозначает персональные характеристики мужчин и женщин в схематизированном наборе. Однако, многие современные ученые предпринимают

---

<sup>2</sup>Безрукова А.А. Гендерные исследования в России: проблемы становления и развития / А.А. Безрукова // URL: <https://bitly.su/SNzx8Ag0>. (дата обращения: 04.05.2020).

попытки развести данные понятия и доказать отсутствие синонимичности между ними.

Например, доктора педагогических наук Г.В. Сабитова и Н. Ю. Зубенко в своей статье «Культурно-исторический аспект определения гендерных стереотипов в психолого-педагогических исследованиях» рассматривают проблему определения понятия «гендерные стереотипы в культурно-историческом аспекте. В публикации анализируются основные свойства гендерных стереотипов в контексте психолого-педагогического знания, а также, ими предпринимается попытка развести понятия гендерных и полоролевых стереотипов<sup>3</sup>.

В первую очередь профессора отмечают, что данные понятия относятся к разным научным парадигмам. Полоролевые стереотипы, обозначаются как обобщенные образы мужских и женских ролей, непосредственно в рамках полоролевого подхода.

Таким образом, нами получено понимание: термин гендерных стереотипов, чаще используемый современными учеными и исследователями, является упрощенным, высоко согласованным, и достаточно устойчивым во времени. Содержание гендерных стереотипов в разные исторические времена и в разных культурах может быть изменчиво, однако, оно всегда отражает устойчивые представления о мужчинах и женщинах, и ценностные для полов качества.

## **1.2 Свойства и функции гендерного стереотипа**

Понятие гендерных стереотипов охватывает представления о качествах, присущих мужчинам и женщинам, поведение, занятия и социальные роли в обществе и семье.

---

<sup>3</sup> Сабитова Г.В. Культурно-исторический аспект определения гендерных стереотипов в психолого-педагогических исследованиях / Г.В. Сабитова // URL: <https://bitly.su/UNgN2>. (дата обращения: 03.04.2020).



Изначально проблемы стереотипа рассматривались учеными как ложные образования или предвзятые мнения. Позднее была выдвинута гипотеза о том, что стереотипизация является важным когнитивным процессом, определяющий поведение человека, оказывающий помощь его ориентации. Стереотип стал неотъемлемым атрибутом человеческой психики, закрепленный в общественном сознании.

В настоящее время считается, что естественные психологические процессы ведут к возникновению гендерных стереотипов и стереотипов в целом в сознании людей, а также, приводят к их формированию и сохранению.

Касаясь вопроса о формировании гендерных стереотипов, можно отметить, что традиционно он рассматривается учеными в связи с вопросами социализации. В процессе взаимодействия людей в обществе формируются представления о социальных отношениях и связях. Данные представления обретают форму типизации – привычные оценки, взгляды, ожидания, предубеждения. Со временем последние трансформируются в предписания, корректирующие общение, поведение и деятельность человека в обществе. «Когнитивная сторона процесса усвоения гендерной роли, самокатегоризация и познавательная информация, получаемая ребенком от взрослого, становятся основополагающими элементами при формировании гендерного стереотипа как моральной ориентации».

Обращаясь к вопросу о формировании гендерных клише, важно рассмотреть культуру языка, в которой гендерные стереотипы генерируются в миф и приобретают свойства повседневности и непроверяемости, выражаясь через пресуппозиции (всем известно, что...; давно доказано, что...).

Содержание стереотипа определяется контекстом его использования. Гендерные предубеждения и стереотипы получают вербальное выражение в форме устойчивых словосочетаний, клише и идиом, закрепляя свой статус и легализуясь. В некоторых случаях противопоставление мужчина – женщина приобретает провокативный характер, становясь основой для так называемой «войны полов».

Источники формирования социальных стереотипов:

1. Личный опыт;
2. Нормы, выработанные обществом;
3. Априорные суждения, исторически или специально внедряемые в сознание человека;
4. Чувственный опыт человека.

Виды гендерных стереотипов:

5. Стереотипы маскулинности/ фемининности: приписывание мужчинам и женщинам определенных свойств личности и психологических качеств;
6. Стереотипы, определяющие семейные и профессиональные роли мужчины и женщины.

Главные социально-половые роли, присваиваемые в соответствии с стереотипом женщинам – семейные (мать, хозяйка, воспитательница), а мужчины – профессиональные. Т. е. успешность оценивается по наличию семьи и детей у женщины, и профессиональным успехам у мужчины.

Именно на основе стереотипов основывается «нормальность» мужчины и женщины». Попытки женщины занять «мужскую» социальную роль встречают открытое непонимание и осуждение со стороны современного общества.

7. Стереотипы, связанные с экспрессивной и инструментальной сферами деятельности, затрагивают различия в содержании труда.

Основные свойства гендерных стереотипов:

1. Схематичность;
2. Устойчивость;
3. Ригидность – отсутствие психологической гибкости.
4. Избирательность в восприятии информации;
5. Эмоциональная наполненность;

Стереотипы скрывают процесс логического мышления во время принятия тех или иных решений человеком. Также, они оказывают влияние на восприятие

информации, поскольку являются важным элементом восприятия и воздействия на формирование представлений о мире.

Функции гендерных стереотипов:

- Управление обработкой поступающей информации.

Происходит запоминание лишь той информации, которая становится непосредственным подтверждением стереотипа. Обработка информации происходит таким образом, что все воспринимаемое мозгом начинает обрабатываться и интерпретироваться в соответствии с представлениями о гендере.

- Гендерным стереотипам присуща нормативность.

Психология и поведение мужчин и женщин наполняет гендерные стереотипы и становится нормативным эталоном. Именно с подобными эталонами субъекты соотносят характеристики гендерной идентичности, и личностные особенности особей разных полов, которые его окружают.

Традиционные взгляды и следование стереотипным моделям поведения позволяет мужчинам и женщинам приблизиться к эталонам – «настоящий мужчина», «настоящая женщина». Данный процесс позволяет реальным мужчинам и женщинам пройти социально-психологическую адаптацию и достичь признания в социальном окружении.

- Эмоционально-оценочный характер.

Оценки положенные в основу гендерных стереотипов: женская слабость – мужская сила; женская эмоциональность – мужское самообладание; женская легкомысленность – мужская мудрость; женская расточительность – мужская предприимчивость. В некоторой мере данные оценки влияют на статус женщины, они являются факторами дискредитирующими женственность и женщин в целом.

- Управление процессами восприятия информации человеческим сознанием и ее обработки.

Гендерным стереотипам присуща образность и схематичность. Именно они управляют процессом восприятия информации и ее обработки, упорядочивают

картину мира и социальные отношения между мужчиной и женщиной (или человеком и природой) в сознании человека.

- Стабильность и устойчивость гендерных стереотипов.

Именно благодаря этому свойству данный феномен и был назван У.Липшманом «стереотип». Например, представления о мужской силе и женской слабости не изменялись в течение тысячелетий. Равно как и не менялись представления о корреляции власти с мужским началом. Также с древних времен и до современности устойчивыми остаются представления о мужской ответственности за неразумную женщину. В целом устойчивость стереотипов базируется только лишь на мнении о том, что доля истинного в них больше, чем доля ложного.

Изменение гендерных стереотипов – это медленный процесс. Содержание стереотипа корректируется в зависимости от социального контекста, характера межгрупповых отношений, статуса занимаемого субъектами и объектами стереотипизации. К факторам, обуславливающим вариативность представлений о мужчинах и женщинах, многие ученые относят такие признаки как:

1. социальный класс;
2. раса;
3. профессиональный статус;
4. этичность, сексуальная ориентация;
5. влияние культуры.

Пластичность гендерных стереотипов связана непосредственно с изменением социальных норм и представлений. Также, содержание гендерных стереотипов может меняться в случае обозначения дополнительных статусов стереотипизируемой группы, что случается крайне редко.

- Неточность.

Стереотипы могут быть неточными. Если какое-либо качество в действительности характеризует группу в целом, видение этого качества в каждом из ее членов может оказаться ошибкой. Неточность гендерных

стереотипов выражается в таких определениях как: сверхобобщение, дезинформация и мифические представления. Стоит понимать, что в научной литературе по-прежнему нет обоснованного ответа на вопрос о соотношении истинных и ложных знаниях в гендерных стереотипах. Данное уточнение затрагивает все виды социальных стереотипов.

Таким образом, при рассмотрении проблем гендерных стереотипов на уровне взаимодействия различных групп общества важно понимать их свойства, функционирование, организацию и детерминацию.

Изначально гендерные стереотипы рассматривались учеными в отрицательной коннотации, однако со временем они пришли к выводу о том, что гендерные стереотипы не релевантны этическим взаимоисключающим положениям «хорошо или плохо». Процесс возникновения и использования гендерных стереотипов выполняет важную функцию в обществе: он категоризирует, упрощает и схематизирует социальное окружение.

Перед нами вырисовывается достаточно полная картина того, что представляет собой гендерный стереотип, какие факторы способствуют его появлению, каковы его основные свойства и функции. Т. е. мы в полной мере раскрыли причины, которые вызывают и актуализируют его в современных условиях функционирования общества.

А.И. Кабалевская в своей статье «Представления о гендерных стереотипах в социальной психологии» делает наглядные выводы о роли гендерных стереотипов во взаимодействии между группами людей:

Во-первых, гендерные стереотипы объективно отображают некоторые из характерных позиций гендерных групп.

Во-вторых, гендерные стереотипы приемлемы для обоих полов, однако критическая рефлексия у женщин более выражена. Существуют некоторые закономерности среди гендерных стереотипов: прерогативы мужчин – ведущая роль, профессиональная деятельность, руководство; прерогативы женщин – семейная деятельность, роль исполнителя и подчиненного. Кроме того,

женщинам навязывают обязательства: быть в браке, иметь детей, всегда иметь безупречный внешний вид.

И, в-третьих, гендерные стереотипы, существующие в настоящее время, определяют межгрупповые отношения, регулируют их и являются универсальными конструктами, к которым обращаются представители различных гендерных групп, в процессе межличностного взаимодействия<sup>4</sup>.

Несмотря на то, что представления о мужестве и женственности в современном обществе довольно гибкие для восприятия, все же многие люди не в состоянии принять свои качества без помощи психолога, поскольку опасаются неодобрения со стороны традиционного общества. Несоответствие стереотипам приводит к осуждению. Таким образом, мы считаем, что гендерные стереотипы и предрассудки в некоторой степени могут тормозить развитие у человека тех качеств, которые не присущи тому или иному гендеру согласно стереотипу. Стереотипизация значительно преувеличивает гендерные различия между мужчинами и женщинами, заставляет воспринимать совершенно по-разному одни и те же события, обязательно беря в расчет пол их участника. Т. е. влияние гендерных стереотипов на общество в большей степени – негативное.

Из фактов, приведенных выше, следует: понимание гендерного стереотипа дает человеку шанс осознать собственную индивидуальность и индивидуальность окружающих его людей, не зависящую от принадлежности к определенному гендеру. А сосуществование различных качеств и свойств, маскулинности и женственности в психике одного человека не является отклонением от нормы, и предоставляет возможность каждому индивиду и обществу в целом добиться большей продуктивности, развития и гармоничности.

---

<sup>4</sup> Кабалеvская А.И. представления о гендерных стереотипах в современной социальной психологии / А.И. Кабалеvская // URL: <https://bitly.su/RBB8>. (дата обращения: 25.03.2020).

### **1.3 Проявления гендерных стереотипов в профессиональных сферах деятельности**

Процесс стереотипизации затрагивает самые разнообразные сферы деятельности человека, в их число входят сферы трудовой и профессиональной деятельности.

В экономическом ключе профессиональное разделение людей на группы по признаку пола – это одна из наиболее освещаемых проблем полового неравенства. Здесь речь идет о сегрегации, в значении принудительного разделения людей на группы по какому-либо признаку в повседневной жизни. Сегрегация заложена в основу существования гендерных стереотипов в сфере профессиональной деятельности мужчин и женщин. Уровень сегрегации является значимым фактором в вопросах о различии оплаты труда мужчин и женщин, карьерных достижений и неравенстве в трудовой сфере в целом.

Профессиональная сегрегация трактуется как устойчивая тенденция трудоустройства женщин и мужчин строго по определенным профессиям, должностям и отраслям. Закрепившиеся в обществе представления о «мужской» и «женской» работе приводят к разделению труда по половому признаку. Данные представления создаются с использованием гендерных стереотипов в процессе социальной деятельности человека.

В процессе изучения гендерных стереотипов на рынке труда было выявлено, что существуют стереотипно «мужские» и стереотипно «женские» профессии и должности. Таким образом, происходит отсеивание кандидатов, не соответствующих стереотипным представлениям о работнике на определенной должности.

В настоящее время более разработанным и освещенным вопросом является гендерная стереотипии в отношении женщин на рынке труда. Базовыми предпосылками к возникновению гендерных стереотипов в отношении статуса женщины на рынке труда являются подчиненное положение женщины в семье и патриархальная организация общества. В действительности же естественные

отличия женщин от мужчин могут быть обусловлены особенностями социализации, начинающейся с самого детства. Однако общество выводит различия, способности, склонности и навыки женщины из естественной способности женщины к рождению детей, что не оказывает влияния на трудовое поведение.

Сегрегация затрагивает различные отрасли экономики. В России априорно «мужскими» отраслями являются строительство, лесное и сельское хозяйство, транспорт. А «женскими» - здравоохранение, культура, образование, социальное обеспечение. К категории промежуточных отраслей относят: промышленность, торговля (оптовая и розничная), бытовое обслуживание населения, общественное питание, жилищно-коммунальное хозяйство, наука и научное обслуживание.

Четкое разделение профессиональных видов деятельности по гендерному признаку является наглядным примером распространения гендерных стереотипов. Зачастую наименования тех или иных профессий зачастую отождествляют ее гендерную идентификацию. Например, название «уборщик» давно заменено на «уборщицу». А должность «директор» не имеет женского аналога. Также как «швея» и «посудомойка» - не имеют мужского. Т. е. логично полагать, что большая часть профессий имеет подразделение на мужские и женские.

К 2016 году сфера труда в России представляется вполне гендерно сбалансированной системой: 48% занятых женщин и 52% занятых мужчин. Однако проявляется гендерная асимметрия: среди руководящих органов преобладают мужчины (59%), а женщины занимают нижние ступени в иерархии управления (приложение: Таблица 1.2 – Численность занятых по полу и группам занятий в 2016 г).

Согласно масштабному исследованию, посвященному гендерному распределению в различных сферах деятельности, проведенному центром рекрутингового портала Superjob.ru, была выявлена профессиональная пригодность мужчин и женщин (приложение: Таблица 1.3 – Гендерное распределение в различных сферах деятельности)



Для более полной картины происходящего в трудовой сфере деятельности отдельно представлена статистика по соискателям (приложение: Таблица 1.4 – Статистические данные по соискателям).

Более половины респондентов (58%) отметили, что профессия бухгалтера на данный момент практически полностью женская. Среди кандидатов на должность бухгалтера 95% женщин и 5% мужчин. Также, 75% респондентов считают, что профессия секретаря является женской, а сугубо мужскими профессиями считаются программист (79% опрошенных), трейдер (55% опрошенных), проектировщик (63% опрошенных).

Выше мы обозначили главные проблемы самореализации женщин в профессиональной деятельности. Эта проблема затрагивается во многих теоретических и эмпирических исследованиях разных лет. Но стоит отметить, что мужчины также сталкиваются с явным проявлением гендерных стереотипов в сфере труда.

В большей степени гендерные стереотипы проявляются в отношении мужчин, выбирающих работу в неполотипичной сфере. Например, работа в сфере, требующей маскулинных качеств, одобряется обществом (мужчина на должности начальника – доминантность, напористость). А работа мужчин в неполотипичной сфере воспринимается обществом негативно (мужчина на должности учителя, воспитателя и т. д.).

Результатом проявления гендерных стереотипов в сфере труда в отношении, как мужчин, так и женщин, не всегда является отказ в должности. Проявлением гендерных стереотипов могут быть: размер заработной платы людям, находящимся на одинаковых должностных позициях; отказ в возможности продвижении по карьерной лестнице; непрофессиональное отношение со стороны коллег. Все проявления гендерных стереотипов оказывают негативное влияние на человека, проводя к негативным переживаниям, стрессам и дезадаптации личности.

Особый интерес для меня представляет проявление гендерных стереотипов в российской медиасреде, а именно – в сфере журналистики. Однако, Федеральная служба государственной статистики (Росстат) не предоставляет статистики занятости по профессии «журналист». Это обосновано динамичностью отрасли: создаются новые медиа, а другие закрываются. К тому же, не подлежат учету множество блоггеров, которые появляются в Интернете и позиционируют себя как «гражданские журналисты».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что гендерная идентичность мужчин и женщин формируется и меняется в зависимости от степени давления гендерных стереотипов, которые нам присваивают средства массовой информации, от процесса воспитания и обучения. В современном обществе активно декларируются «равные возможности» в приобретении той или иной профессии мужчинами и женщинами. Но значительная часть населения следует исторически сложившимся и стереотипным представлениям о «мужских» и «женских» профессиях.

Теоретически мужчинам и женщинам предоставлена абсолютная свобода выбора профессиональной деятельности, в том числе и в журналистской сфере. Однако гендерные предубеждения наглядно демонстрируют: в сознании общества существует разделение профессиональной занятости по признаку пола. Самореализации мужчин и женщин в трудовой сфере мешает наличие гендерных стереотипов.

Необходимость в разделении труда по половому признаку давно отпала. Общество значительно изменилось в техническом, технологическом, социальном и юридическом планах. С медицинской точки зрения общество сделало огромный шаг вперед и от женщин больше не требуется быть «фабриками по производству детей». Тем не менее, традиционные положения сохраняются: приветствуется концентрация женщин в частной среде, а мужчин – в общественной сфере. Кроме того, профессии и рабочие места для женщин продолжают формироваться при помощи примитивного перенесения традиционных занятий в рамках семьи на

социальный уровень. Женские занятия не считаются престижными и социально значимыми, вследствие заслуживают заработной платы ниже, чем у мужчин.

Подводя итоги, можно отметить, что биологические способности женщины выполнять репродуктивную функцию мешают им реализоваться в профессиональной деятельности. Виной этому служат гендерные установки, которые выступают основанием к разделению труда по половому признаку.

Российским мужчинам и женщинам в полной мере не доступна свобода личности и способность воплощать жизненные цели. Поскольку гендерные стереотипы в значительной степени влияют на реализацию личностных жизненных притязаний, а также на психологическое состояние индивидов в процессе их взаимодействия с обществом.

## **2 ГЕНДЕРНЫЕ КОНФЛИКТЫ В СФЕРЕ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

### **2.1 Анализ гендерных стереотипов в российской медиасреде**

Мне хотелось бы уделить внимание анализу проявлений гендерных стереотипов в российской медиасреде, а именно – в сфере журналистики.

Особую значимость в этом вопросе сыграло исследование Института социально-экономических проблем народонаселения РАН «Российская медиасреда: гендерные аспекты занятости и карьеры», подготовленное в рамках партнёрства с Ассоциацией независимых региональных издателей и Шведским институтом журналистики «ФОЙО». Исследование включило в себя: статистический анализ занятости в медиасфере; анализ документов и материалов средств массовой информации; вторичный анализ уже проведенных исследований в данной сфере; массовый и экспертный опросы. Результаты исследования наглядно демонстрируют гендерную асимметрию в Российских СМИ: руководящие позиции, средний заработок, феминизацию отрасли, дискриминацию в медиасфере и ряд других проблем.

Поскольку Федеральная служба государственной статистики не предоставляет данные по профессии «журналист», исследование Института социально-экономических проблем народонаселения РАН предоставляет самые актуальные на сегодняшний день данные.

Численность работников медиаотрасли составляет примерно 250-300 тысяч человек (по данным на 23 октября 2016 года). Из них около 100 работников медиа являются членами СЖР. Численное соотношение мужчин и женщин в медиаотрасли, по мнению ученых, изучающих гендерную тематику, с каждым годом изменяется в сторону увеличения доли женщин. Уже в 2008 году профессиональное издание «Журналист» опубликовало статью под названием

«Журналистика меняет пол» со следующей информацией: «По данным Союза журналистов России, 80 процентов кадрового состава нашей прессы – женщины».

Эксперты и авторы, пишущие о СМИ выдвигают предположение, о том, что феминизация отрасли связана с падением престижа профессии и с низкими зарплатами.

Один из экспертов вышеприведенного исследования: «Произошла некоторая девальвация. Потому что если раньше, в советское время, были факультет журналистики МГУ, Свердловск, Екатеринбург, Иркутск (пожалуй, это - самые главные, самые известные) и поступить туда было престижно, важно и здорово, то сейчас в любом «заборостроительном» институте есть факультет журналистики. Какие это журналисты - умолчим. И если раньше, лет 20-25 назад, на журфаке в группе было двадцать мальчиков и пять девочек, то сейчас ситуация - ровно наоборот. Что здесь впереди - телега или лошадь: или зарплата или то, что мужчины и женщины поменялись ролями, я не знаю. Думаю, что это произошло такое взаимопроникновение. И престиж журналистского труда снизился - сейчас каждый может стать журналистом: ты - блогер, ты пишешь и тебя, действительно, все читают - у тебя 140-150 тысяч подписчиков. А какая-нибудь газета выходит тиражом пять тысяч. Поэтому все решили, что они могут. Это не хорошо и не плохо, это так как есть»<sup>5</sup>.

Феминизация отрасли оценивается экспертами исследования неоднозначно. Некоторые предполагают, что, несмотря на преобладающее количество женщин в отрасли, тон в журналистике все равно задают мужчины. Экспертами отмечается не только снижение заработной платы и социальной защищенности женщин в профессии журналиста, но и положительные стороны преобладающего количества женщин в медиасреде: занятость женщин на руководящих должностях, «постепенное изменение контента и интонации материалов... создание языка мира, языка добра и созидания, в противовес повсеместной агрессии и «языку вражды» в СМИ».

---

<sup>5</sup> Российская медиасреда: Гендерные аспекты занятости и карьеры / Александрова О.А, Бурдастова Ю.В, Ненахова Ю.С, Хоткина З.А // URL: <https://bitly.su/jP0rD>. (дата обращения: 13.03.2020).

Экспертное мнение участника исследования о феминизации отрасли: «Мне кажется, что женщины сделали отрасль более структурированной, более упорядоченной... Женщины являются очень хорошим двигателем для того, чтобы делать нашу журналистику современной, они стараются новые технологии отслеживать».

Ниже приведены данные, полученные в результате анкетного опроса 309 респондентов. Они содержат данные о количестве женщин среди работников редакции и являются подтверждением мнения о феминизации медиаотрасли (приложение: Рисунок 2.1 – Распределение ответов на вопрос «Сколько женщин среди работников Вашей организации?»).

Проявление гендерной стереотипии проявляется на этапе создания журналистских материалов и тематики, по которой работают журналисты в целом. Респонденты считают, что «Если мы берем лайф-стайл, моду или что-то в таком духе, думаю, что женщин там должно быть намного больше. И это нормально. Если мы берем политику, там, наверное, мужчин должно быть больше. Это тоже логично, потому что далеко не каждая девушка готова поехать в горячую точку, считает это романтикой».

Таким образом, на этапе отбора кандидатов на определенную должность рекрутеры отдают предпочтение определенному полу в зависимости от уже сложившихся стереотипных мнений о профессиональной пригодности (мода, кулинария, лайф-стайл – женщины, политика, спорт, военная журналистика – мужчины).

Также одним из явных проявлений гендерных стереотипов в сфере журналистики является гипотеза об ограничении доступа женщин в более масштабные СМИ: региональные и федеральные. Поскольку работа в масштабных СМИ требует от работников особенный набор профессиональных компетенций, ответственности и отдачи. Соответственно отдача от труда в материальном и творческом плане иная. Данные массового опроса, проведенного Институтом социально-экономических проблем народонаселения РАН,

представлены в таблице и подтверждают данную гипотезу. Респонденты – работники местных СМИ, утверждают, что более 50% их сотрудников – это женщины, а работники федеральных СМИ отмечают, что в состав их редакции входит менее 25% женщин.

Таблица 2.1 – Распределение ответов на вопрос: «Сколько женщин среди работников Вашей организации?»

	женщи н менее 25%	женщи н примерно 50%	женщи н более 50%	затрудня юсь ответить	итого
работники местных СМИ	5,6	14,1	80,3	0,0	100,0
работники региональных СМИ	3,1	18,0	75,8	3,1	100,0
работники федеральных СМИ	16,3	37,5	35,6	10,6	100,0

Наличие подобной тенденции объясняется разными причинами. Во-первых, нахождение федеральных СМИ в крупных городах, где рынок труда изобилует мужчинами журналистами, предлагающими свои услуги. Работа в федеральном СМИ является престижной, поэтому работодатели имеют возможность выбора соискателя на должность. И многие предпочитают мужчин-работников, поскольку женщина-работник «всегда готова уйти в декрет». На региональном уровне рынок труда уже, соответственно работодатели не имеют такого большого выбора и набирают в штат женщин.

Вторая причина заключается в уровне оплаты труда в региональных и федеральных СМИ. Оплата труда на федеральном уровне значительно выше, следовательно, то небольшое количество мужчин, что присутствует на рынке труда в профессии журналиста, отдадут предпочтение работе в федеральных СМИ.

Подобная ситуация наблюдается в вопросе, касающемся полового соотношения на должностной позиции главного редактора СМИ, на федеральном и региональном уровнях.

Таблица 2 - Распределение главных редакторов в российской прессе по полу на разных уровнях охвата аудитории

	мужчины	Женщины
федеральная пресса (30 ведущих газет)	10	90
региональная пресса	36	64
муниципальная пресса (по данным 8-ми регионов России, не включая национальные республики)	54	46

Должностное распределение в местной прессе не зависит от половой принадлежности: во всех проанализированных регионах оно приближено к соотношению 50% мужчин и 50% женщин (данные «Атлас муниципальной прессы Российской Федерации»). Подобные показатели могли бы свидетельствовать в пользу отсутствия гендерной дискриминации по половому признаку. Однако явно прослеживается дискриминация уже на уровне региональной прессы. Анализ региональной прессы показал, что положение главных редакторов здесь занимает 64% мужчин.

Федеральный уровень остается закрытым для женского руководства: при анализе 30 ведущих российских федеральных газет выяснилось, что лишь в 3-х из них женщины занимают позицию главного редактора.



При анализе редакторских коллективов в выборку муниципальных печатных изданий была включена вся совокупность муниципальных газет восьми регионов, представляющих все федеральные округа Российской Федерации: Тверская область, Кировская область, Нижегородская область, Краснодарский край, Новосибирская область, г. Санкт-Петербург, Хабаровский край, Тюменская область.

Также, ассиметричным остается соотношение мужчин и женщин на руководящих должностях крупных информационных агентств и Интернет-ресурсов. Основой для подобных выводов стал рейтинг самых цитируемых СМИ компании «Медиалогия» за август 2016 года, составленный на основе Индекса Цитируемости (ИЦ) «Медиалогии». По полученной информации можно сделать вывод о том, что количество женщин занимающих как должность генерального директора, так и главного редактора в наиболее влиятельных информационных агентствах и Интернет-ресурсах, не превышает 21% (приложение: Рисунок 2.1 - Соотношение мужчин и женщин на должности генерального директора в наиболее влиятельных информационных агентствах и Интернет-ресурсах).

Несмотря на преобладающее количество женщин в профессии, на преобладание их количества в редакторском составе на городском и районном уровнях, в национальном масштабе их доля по-прежнему невелика. И 75% руководящих должностей в СМИ России отдано мужчинам, а их заработок на 30% выше женского, что зависит от тематики и специфики работы (заработная плата спортивного журналиста, большинство их которых мужчины, на порядок выше заработка журналистов, пишущих на социальные темы).

Данные исследования полностью подтверждают существование гендерного разрыва в трудовой сфере в целом, а конкретно: в продвижении по карьерной лестнице и в оплате труда. Таким образом, исследование Института социально-экономических проблем народонаселения РАН «Российская медиасреда: гендерные аспекты занятости и карьеры» полностью подтвердило гипотезу о наличии «стеклянного потолка» (барьер, ограничивающий продвижение по

карьерной лестнице) для женщин в медиасреде. Это является самым наглядным примером проявления гендерных стереотипов, поскольку, несмотря на явную феминизацию профессии, женщинам по-прежнему не доступны руководящие должностные позиции. Женщины сохраняют численное превосходство в штате редакций, занимая творческие, но не руководящие позиции. А заработная плата за традиционно «мужские» ответвления журналистской деятельности (спорт, политика, военная журналистика и т. д.) на 30% выше, чем у женских (лайф-стайл, социальная журналистика и т. д.). Примечательно, что подобные показатели по занятости женщин и оплате труда соотносятся с показателями Европы и Северной Америки.

## **2.2 Анализ гендерных конфликтов в зарубежной медиасреде**

Проблема существования гендерных стереотипов и их влияния на жизнь человека в обществе остается актуальной во множестве стран. В Европейских странах на проблему полового неравенства обратили внимание еще в XIX в. Именно тогда в Европе зарождались первые феминистские организации, требовавшие уравнивания прав в образовательных, экономических и политических сферах. Только в 1960-ых годах женщины приступили к борьбе с неравенством в семье, браке, социальной и трудовой сферах.

К 2020-му году гендерного равенства на законодательном уровне смогли достичь 8 стран. По данным Всемирного банка 100 баллов в индексе равноправия в 2019 году получили: Бельгия, Дания, Франция, Латвия, Люксембург, Швеция, Исландия и Канада. В исследовании принимали участие 190 стран, минимальный индекс в 20-26,3 баллов получила Палестинская автономия (Западный берег реки

Иордан и сектор Газа). Средний индекс по всем странам равен 75,2 баллам, это означает, что у женщин три четверти по сравнению с мужчинами (Рисунок).

Рисунок 3 – Индекс гендерного равноправия 2019 г.



Существуют показатели гендерного неравенства в трудовой среде разработанные Всемирным банком, подтвержденные ООН. Они демонстрируют нам рейтинг гендерного равенства в соответствии с четырьмя индексами: SIGI – социальное неравенство по половому признаку; GI – показатели, затрагивающие неравенство в сферах здравоохранения, труда и образования; GGI – глобальное гендерное неравенство; WB – индекс Всемирного банка 2017-2018 годы.

Таблица 6 – Самое низкое гендерное неравенство

Ранг	SIGI	GI	GGI	WB 1
1	Швейцария	Швейцария	Норвегия	Бельгия
2	Дания	Швеция	Швеция	Финляндия
3	Швеция	Бельгия	Финляндия	Австралия
4	Франция	Словения	Никарагуа	Перу
5	Бельгия	Финляндия	Руанда	Италия

Таблица 7 – Самое высокое гендерное неравенство

Ранг	SIGI	GII	GGI	WB 1
1	Йемен	Йемен	Йемен	Иордания
2	Пакистан	Чад	Пакистан	Ирак
3	Иордания	Мали	Ирак	Пакистан
4	Иордания	Кот-д'Ивуар	Чад	Бангладеш
5	Ливан	Либерия	Конго	Непал

Ярким примером проявления гендерной стереотипии и неравенства за рубежом стал скандал, произошедший в Нью-Йорке в 2016 году. Телеведущая кананал Fox News Гретхен Карлсон, после увольнения, подала иск против исполнительного директора и председателя правления Fox News. Журналистка обвинила Роджера Эйлса в домогательствах сексуального характера, также она отметила, что была уволена из-за отказа.

В ходе расследования судом были обнаружены множество факторов: указывающих на неправомерное поведение Роджера Эйлса по отношению к своим сотрудницам. Правила дресс-кода выдвигаемые главой Fox News для женщин: запрет на ношение брюк; обязательность яркого макияжа, женственных платьев без рукавов, коротких юбок. Также, за Роджером Эйлсом неоднократно замечались сексистские высказывания по поводу журналисток: «Я потратил кучу денег на стеклянный стол, не для того чтобы она носила брюки», «Это «мир мальчиков». Ты не жалуешься. Ты просто надеваешь короткую юбку, туфли на каблуках и идешь на работу».

Расследование получила новый ход после того, как множество других женщин присоединились к Гретхен Карлсон с аналогичными заявлениями. Газета The Wall Street Journal сообщала: «Число женщин, заявивших следствию, что они стали жертвами Айла, значительно возросло и уже достигает двузначных цифр».

К причинам подобного поведения можно отнести: осознание собственной влиятельности и отнесенность Роджера Эйлса к представителям «старого поколения». По словам одного из чиновников Fox News, пожелавшего остаться

неизвестным, молодость Роджера пришлась на 60-е годы, когда культура диктовала нам другие правила, ведь ранее такое отношение к женщинам являлось нормой и не подразумевало под собой ничего отрицательного.

Очевидно, что многие из работниц Fox News столкнулись с явным проявлением гендерных стереотипов по отношению к ним, женщины воспринимались как сексуальный объект, несмотря на то, что это не имело никакого отношения к процессу их трудовой деятельности.

В данном случае проявление гендерной стереотипии можно обнаружить в:

1. Сексистских комментариях и высказываниях. Они проявляются в грубом и откровенном обсуждении внешнего вида женщин в присутствии посторонних людей. Следствием подобных высказываний является сексуализация женщины.

В современной культуре женщина по-прежнему транслируется в двух положениях: как сексуальный объект; как объект, выполняющий репродуктивную функцию и функцию обслуживания семьи. Подобные ценности транслируются из поколения в поколение.

2. Сексистское поведение. К нему относится домогательство любого характера, в том числе и сексуальное. Попытки самоутвердиться за счет унижения человека, демонстрирования своего превосходства над ним – для большинства людей это является нормами поведения в трудовом коллективе. Поскольку о подобном принято молчать, и оно практически не регулируется на законодательном уровне.

Конечно, страны Европы продвинулись дальше в борьбе с гендерным неравенством. Там существуют инструменты защиты женщин: законы и профсоюзы. Но большинство женщин и мужчин предпочитают молчать, опасаясь потерять работу и вызвать общественное осуждение.

Несомненно, если сравнивать опыт прошлых лет и современность, то открытость общества растет. Культура и общества являются пластичными элементами, уже меньше факторов, принуждающих нас следовать заданным ранее социальным ролям.

Подобные тенденции несомненно связаны и с образованием «стеклянного потолка», и с гендерным неравенством и асимметрией в целом. В процессе социализации была заложена модель, которой следуют и мужчины, и женщины, но общество оказалось не готовым к изменению культуры. Несмотря на появление законодательных актов, на корпоративный кодекс, люди не привыкли отстаивать свои права, получать поддержку коллег, бояться реакции работодателя.

События последних лет сподвигли общество к началу диалога, что является первым шагом к изменению устоев. Несомненно, если сравнивать опыт прошлых лет и современность, то открытость общества растет. Культура и общества являются пластичными элементами, уже меньше факторов, принуждающих нас следовать заданным ранее социальным ролям. На данный момент попытки выбраться за рамки стереотипов воспринимаются обществом негативно, однако чем больше информированность граждан в данном вопросе, тем больше осознанности и признания наличия проблемы.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе моей выпускной квалификационной работы были определены понятия гендера, гендерных стереотипов, гендерной асимметрии и других терминов, сопутствующих проблематике моей работы. Мной были сформулированы основные причины возникновения гендерных стереотипов в целом и конкретное их проявление в трудовой и профессиональной сферах деятельности.

В работе наглядно доказано наличие гендерных стереотипов в профессиональной деятельности, в том числе в сфере журналистики. А также сформулированы основные причины их возникновения и устойчивости. Были изучены теоретические материалы, исследования, статистические данные и эксперименты, касающиеся проблем гендерного неравенства как в России, так и в зарубежных странах.

В ходе работы были проанализированы: исследование Института социально-экономических проблем народонаселения РАН «Российская медиасреда: гендерные аспекты занятости и карьеры» и выводы, сделанные в ходе данного исследования. Также был осуществлен анализ статистических данных, предоставленных сайтами Росстат и Всемирного банка данных, касающихся гендерного неравенства в различных странах.

В моей работе было обосновано наличие проблем, имеющих гендерную окраску, с точки зрения оплаты труда, профессиональной самореализации и возможностей карьеры.

Главный вывод по проведенному исследованию: наличие гендерных стереотипов среди работников СМИ доказано. Поскольку преобладающая часть общества согласно с традиционными установками: семья для женщины важнее, чем работа; мужчина должен обеспечивать семью. С подобными утверждениями согласны 62,9 % женщин и 56,3% мужчин, среди работников СМИ.

Т. е. занятость женщин в трудовой деятельности встречается реже, чем у мужчин, поскольку общество придерживается традиционных установок. В то же

время, попытки женщины связать свою жизнь с построением карьеры, профессиональному саморазвитию, продвижением по должностной лестнице чаще всего натываются на препятствие, связанное с половой принадлежностью.

Поскольку образ женщины на протяжении многих лет транслируется культурой в искаженном виде, внимание в первую очередь уделяется внешним данным, а лишь потом профессиональным умениям, качествам и компетенциям.

Была подтверждена гипотеза о наличии «стеклянных стен», связанных с ограничением по тематической направленности работы. Данное явление затронуло, как мужчин, так и женщин, и ограничило журналистов не только в творческой реализации, но и в материальном плане, поскольку некоторые из направлений журналистики имеют более высокую оплату. Заработная плата за традиционно «мужские» ответвления журналистской деятельности (спорт, политика, военная журналистика и т. д.) на 30% выше, чем у женских (лайф-стайл, социальная журналистика и т. д.).

Важно отметить, что и женщины, и мужчины принимают участие в закреплении подобных стереотипов. Стереотипы скрывают процесс логического мышления во время принятия тех или иных решений человеком. Также, они оказывают влияние на восприятие информации, поскольку являются важным элементом восприятия и воздействия на формирование представлений о мире. Для современного человека мышление стереотипами – это наиболее комфортный и наименее энергозатратный способ мышления.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс - медиа / Н.Ажгихина // URL: <https://bitly.su/1YfEa9F>. (дата обращения: 17.05.2020) .
2. Айвазова С.Г. Русские женщины в лабиринте равноправия / С.Г. Айвазова // URL: <https://bitly.su/Q3ZQ>. (дата обращения:07.05.2020).
3. Безрукова А.А. Гендерные исследования в России: проблемы становления и развития / А.А. Безрукова // URL: <https://bitly.su/SNzx8Ag0>. (дата обращения: 04.05.2020).
4. Бутковская Л.М. Антропология пола / Л.М. Бутковская // URL: <https://bitly.su/ZlYe>. (дата обращения: 29.04.2020). Введение в гендерные исследования: учеб. пособие / под ред. И.А. Жеребкиной.// Ч. I. // URL: <https://bitly.su/jH0j>. (дата обращения: 03.05.2020).
5. Воронина, О.А. Женщина – друг человека? / О.А. Воронина // Человек. – 1990. – №5. – С. 39–45.
6. Воронина, О.А. Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ / О.А. Воронина // Знамя. – 1999. – С. 125–129.
7. Воронина, О.А. Теоретико-методологические основы гендерных исследований / О.А. Воронина // Теория и методология гендерных исследований: курс лекций / под общ. ред. О.А. Ворониной. – М.: 2001. – С. 18–34.
8. Дмитриева И.В. Формирование гендерных стереотипов средствами массовой информации: дис. И.В. Дмитриева канд. полит. Наук / И.В. Дмитриева. – М.: 2002. – 187 с.
9. Здравомыслова О.М. Семья и общество: гендерное измерение российской трансформации. М., 2003. С. 9.
10. Здравомыслова Е., Темкина А. Кризис маскулинности в позднесоветском дискурсе // О муже(N)ственности. М., 2002. С. 450.
11. Здравомыслова Е. Хрестоматия феминистских текстов. / Е. Здравомыслова, А. Темкина. - СПб.: Дмитрий Буланин, 2000. - 178с.

12. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины / Е.П. Ильин. - СПб: Лабиринт, 2002. - 124с.
13. Кабалевская А.И. представления о гендерных стереотипах в современной социальной психологии / А.И. Кабалевская // URL: <https://bitly su/RBB8>. (дата обращения: 25.03.2020).
14. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. - М.: Гнозис, 2003. - 277 с.
15. Мезенцева Е.Б. Гендерные аспекты разделения домашнего труда // Гендерное неравенство в современной России сквозь призму статистики. М., 2004. С. 309.
16. Ослон А. Уолтер Липпман о стереотипах /А.Ослон // Социальная реальность. - 2006. - № 4. - С.125 - 141.
17. Панкратова, О.А. Лингвосомиотические характеристики спортивного дискурса : дис. канд. филол. наук / О.А. Панкратова. - Волгоград, 2005. - 223с.
18. Пушкарева Н.Л. Зачем он нужен, этот «гендер»? /Н.Л. Пушкарева // Социальная история. - 1999. - №12. - С. 155 – 177.
19. Российская медиасреда: Гендерные аспекты занятости и карьеры / Александрова О.А, Бурдастова Ю.В, Ненахова Ю.С, Хоткина З.А // URL: <https://bitly su/jP0rD>. (дата обращения: 13.03.2020).
20. Сабитова Г.В. Культурно-исторический аспект определения гендерных стереотипов в психолого-педагогических исследованиях / Г.В. Сабитова // URL: <https://bitly su/UNgN2>. (дата обращения: 03.04.2020).
21. Сидорская И. Гендер и СМИ: учебное пособие для журналистов / И. Сидорская, А. Радуга // URL: <https://bitly su/u57meGP>. (дата обращения: 02.04.2020).
22. Смирнова О.В. Гендерные, возрастные и профессиональные характеристики журналистских кадров / О.В. Смирнова // URL: <https://bitly su/EsABaKkJ>. (дата обращения 27.04.2020).
23. Степанова С.С. Гендерные стереотипы при подборе персонала / С.С. Степанова // URL: <https://bitly su/jpAZ8N7>. (дата обращения: 17.05.2020).

24. Хоф, Р. Возникновение и развитие тендерных исследований (Сокращенное изложение) / Р. Хоф // Хрестоматия к курсу «Основы тендерных исследований». – 2-е изд. – Ред. совет О.А. Воронина, Н.С. Григорьева, Л.Г. Луныкова. – М.: 2000. – С. 68–79.
25. Хасанов Р.Ф. Основы гендерных исследований: пособие для преподавателей и студентов гуманитарных факультетов и педагогических вузов / Р.Ф. Хасанов. – Бирск: Изд-во БГУ, 2008. – 108 с.
26. Хрестоматия по курсу "Основы гендерных исследований" М.: МЦГИ, 2000. - 570с.
27. Шведова Н.А. Просто о сложном: гендерное просвещение / Н.А. Шведова. - М.: Русский язык, 2002. - 190с.
28. Ярская - Смирнова Е.Р. Женские и гендерные исследования за рубежом / Е.Р. Ярская - Смирнова. - М.: МГУ, 2002. - С.147с.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### ПРИЛОЖЕНИЕ А. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ЗАНЯТЫХ ПО ПОЛУ И ГРУППАМ ЗАНЯТИЙ В 2016 Г

Таблица 1.2 – Численность занятых по полу и группам занятий в 2016 г

Занятые – всего	72393	мужчины 37201 (52%)	женщины 35192 (48%)
Руководители	5090	2951 (59%)	2139 (41%)
Специалисты в области техники	5814	4372 (75%)	1442 (25%)
Специалисты в области здравоохранения	1610	568 (35%)	1042 (25%)
Специалисты в области образования	4341	716 (16%)	3625 (84%)
Специалисты по информационно-коммуникационным технологиям	1050	854 (82%)	197 (18%)
Средний медицинский персонал	2500	2098 (84%)	1191 (48%)
Средний специальный персонал в области социальной работы, культуры и обучения	715	176 (24%)	539 (76%)
Служащие, занятые подготовкой и оформлением документации, и учетом	2249	352 (15%)	1896 (85%)
Работники сферы обслуживания и торговли	11103	3422 (30%)	7681 (70%)

Таблица 1.3 – Гендерное распределение в различных сферах деятельности

Профессия/специальность	Муж	Жен.	Не имеет значения	Затрудняюсь
Архитектор	49%	4%	40%	7%
Бухгалтер	6%	58%	32%	4%
Инженер по ОТ	51%	10%	33%	6%
Инспектор отдела кадров	10%	51%	32%	7%
Кладовщик	25%	25%	44%	6%
Модельер	25%	16%	52%	7%
Оператор call-центра	3%	62%	28%	7%
Повар	52%	5%	40%	3%
Программист	79%	1%	17%	3%
Продавец	12%	16%	67%	5%
Проектировщик	47%	4%	40%	9%
Региональный представитель	46%	3%	42%	9%
Секретарь	2%	75%	19%	4%
Треjder	55%	2%	30%	13%
Учитель	10%	31%	56%	3%
Фармацевт	5%	53%	36%	6%
Юрист	44%	3%	48%	5%

Таблица 1.4 – Статистические данные по соискателям

Профессия/специальность	Статистика по соискателям	
	Муж.	Жен.
Архитектор	40%	60%
Бухгалтер	5%	95%
Инженер по ОТ	60%	40%
Инспектор отдела кадров	3%	97%
Кладовщик	82%	18%
Модельер	15%	85%
Оператор call-центра	15%	85%
Повар	63%	37%
Программист	83%	17%
Продавец	4%	96%
Проектировщик	63%	37%
Региональный представитель	79%	21%
Секретарь	1%	99%
Треjder	93%	7%
Учитель	17%	83%
Фармацевт	19%	81%
Юрист	39%	61%

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДОЛЖЕСТНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В СМИ

Рисунок 2.1 – Распределение ответов на вопрос «Сколько женщин среди работников Вашей организации?»

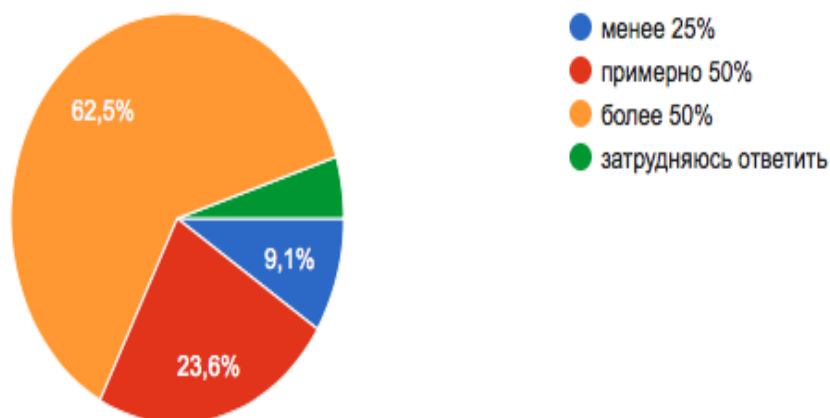


Рисунок 2.1 - Соотношение мужчин и женщин на должности генерального директора в наиболее влиятельных информационных агентствах и Интернет-ресурсах

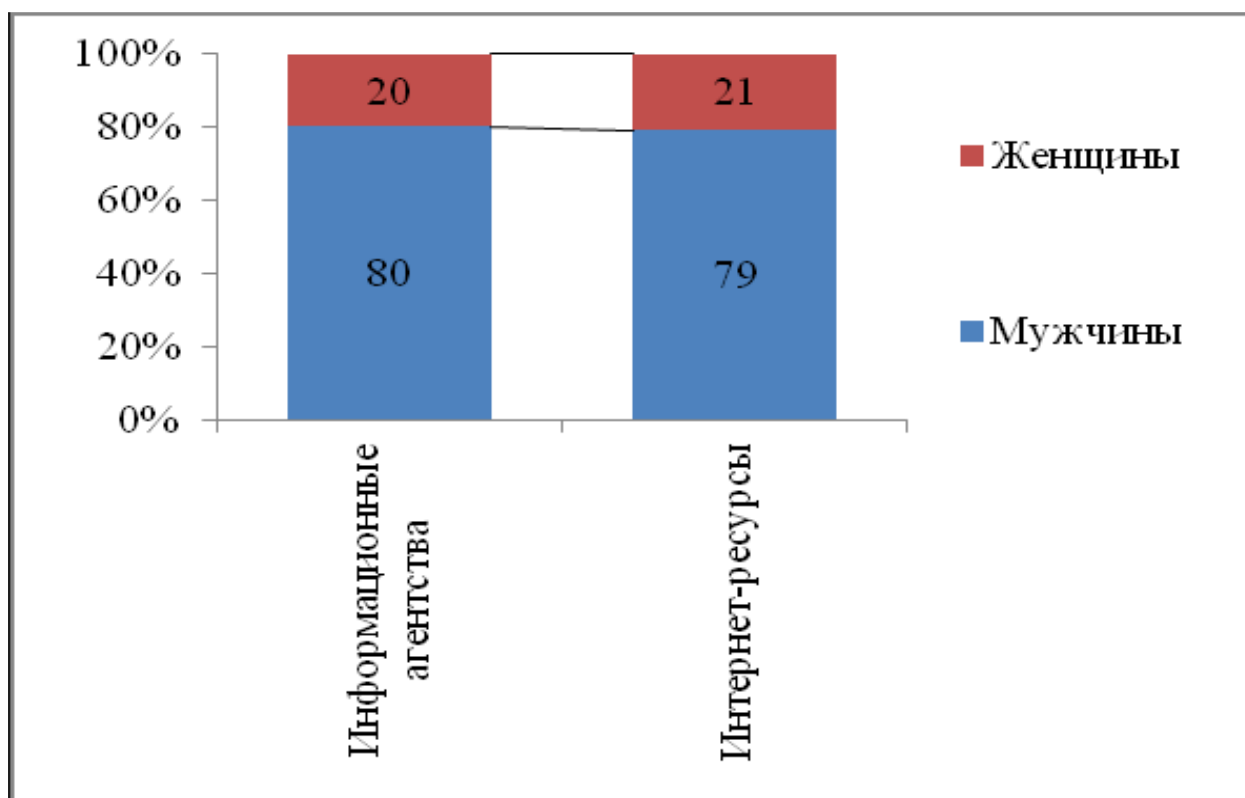


Таблица 2.3 – Распределение ответов на вопрос: «Должность, которую Вы занимаете?», муниципальный уровень

		Женщины	Мужчины	Итого
работники муниципальных СМИ	руководители высшего звена (гл. редактор, директор, топ-менеджер и т.п.)	64,7	35,3	100,0
	руководители среднего звена (руководитель отдела, проекта и т.п.)	75,0	25,0	100,0
	творческие работники (журналист, репортер и т.п.)	66,7	33,3	100,0
	в среднем	66,7	33,3	100,0

Таблица 2.4 – Распределение ответов на вопрос: «Должность, которую Вы занимаете?», региональный уровень

		Женщины	Мужчины	Итого
работники региональных СМИ	руководители высшего звена (гл. редактор, директор, топ-менеджер и т.п.)	36,5	63,5	100,0
	руководители среднего звена (руководитель отдела,	58,6	41,4	100,0



Продолжение таблицы

	проекта и т.п.)			
	творческие работники (журналист, репортер и т.п.)	68,1	31,9	100,0
	в среднем	53,1	46,9	100,0

Таблица 2.5 – Распределение ответов на вопрос: «Должность, которую Вы занимаете?», федеральный уровень

		Женщины	Мужчины	Итого
Работники федеральных СМИ	руководители высшего звена (гл. редактор, директор, топ-менеджер и т.п.)	40,0	60,0	100,0
	руководители среднего звена (руководитель отдела, проекта и т.п.)	38,1	61,9	100,0
	творческие работники (журналист, репортер и т.п.)	58,3	41,7	100,0
	в среднем	48,1	51,9	100,0