

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №2, Том 12 / 2021, No 2, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/10SCSK221.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Долгина Е.С., Патрахина Т.Н. Формирование гендерного подхода в социальной науке и его отражение в средствах массовой информации // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2021 №2, <https://sfk-mn.ru/PDF/10SCSK221.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Dolgina E.S., Patrakhina T.N. (2021). Formation of a gender approach in social science and its reflection in the mass media. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 2(12). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/10SCSK221.pdf> (in Russian)

Долгина Екатерина Станиславовна

ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет», Нижневартовск, Россия
Доцент кафедры «Массовых коммуникаций и туризма»

Кандидат культурологии, доцент

E-mail: Ekaterina290482@yandex.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=539288

Патрахина Татьяна Николаевна

ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет», Нижневартовск, Россия
Доцент кафедры «Коммерции и менеджмента»

Кандидат философских, доцент

E-mail: trening.nv@yandex.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=628770

Формирование гендерного подхода в социальной науке и его отражение в средствах массовой информации

Аннотация. В статье анализируются теоретические аспекты гендера с позиции различных наук. Авторами статьи рассмотрены трактовки данного термина в трудах отечественных исследователей, в результате чего определяется, что гендер — это некие свойства ролевого поведения, отличающих женщину от мужчины и наоборот, однако их различие зависит не только от биологических, но и от социальных условий (общественное разделение труда, специфические социальные функции, культурные стереотипы и т. д.). Современная социология выявила, что не встречается чистой мужественности и женственности ни в биологическом, ни в психологическом смысле. Были выделены четыре полоролевых типа, свойственных мужчинам и женщинам: мужественный, женственный, андрогинный и недифференцированный. Это говорит о сглаживании дихотомии «мужчина-женщина» в современном социуме. Современная гуманитарная наука все чаще поднимает вопрос о гендерной картине нашего общества. Известно, что одним из важнейших инструментов формирования основ данной картины в сознании людей являются средства массовой информации, которые транслируют определенные стандарты маскулинности и феминности, социокультурной роли мужчин и женщин. В результате исследования феномена «гендер» в журналистике авторы статьи приходят к обоснованному выводу, что роль средств массовой информации в формировании гендера является очень значимой. Выделены следующие тенденции трансформации гендерных ролей и их представления в прессе: гендерная поляризация; неотрадиционализм; появление новых эгалитарных моделей гендерных образцов. Доказано, средства массовой информации (СМИ) — более эффективный ресурс продвижения

адекватного представления о гендерах и равноправного отношения между мужчиной и женщиной.

Ключевые слова: гендер; феминность; маскулинность; средства массовой информации; социальные функции; журналистика; мужчина; женщина

Средства массовой информации, транслирующие стандарты феминности и маскулинности, являются важным инструментом формирования гендерной картины социума. Разнообразие периодических изданий, существующих на современном этапе развития СМИ, позволяют вариативно и вместе с тем широко и всеобъемлюще распространять информацию о функционировании общества и принципах его организации, воспроизводя культивируемые в обществе модели поведения и нормативные образцы. Это позволяет наиболее объективно отражать процесс современной социальной реальности. Современные СМИ играют значимую и, наверно, решающую роль в формировании общественного мнения. Они формируют в социуме определенные стандарты жизни, и современное общество сегодня немыслимо без СМИ.

А.О. Лалетина в статье «Метафора в концептуализации мужественности (на материале англоязычных журналов об образе жизни)» вычленяет специфические черты изучения гендерных особенностей. Подчеркивая прямую зависимость направленности вида журнала на определенную гендерную аудиторию, автор акцентирует внимание на том, что рассматриваемые в журнале вопросы современной реальности напрямую зависят от транслируемых гендерных образов [1, с. 225]. Читательская аудитория рассматривается как полигон для изучения гендерных особенностей, позволяющий исследовать гендерные особенности общества. Автору в равной степени интересны отношения мужчин и женщин к освещаемым вопросам.

О «мужских вопросах» размышляет в статье «Изменяющиеся мужчины в изменяющемся мире» И.С. Кон [2], автор приходит к выводу, что давлению сложившихся гендерных стереотипов мужчины подвержены в большей степени, чем женщины. Стереотипы по своей сути — это определенное стандартное восприятие различных событий. Также это могут быть сформированные человеческой психикой образы, которые основываются на личном или коллективном опыте [3].

В статье «Гендерные особенности мужских и женских журналов» О.А. Шатова подробно рассмотрена взаимосвязь проблем, представленных в периодических изданиях во всем их жанровом разнообразии, и их прямая связь с гендерными различиями читательской аудитории [4].

Говоря о самом определении «гендерность» мы чаще всего проводим ассоциативную параллель со словом «пол». В современной биологии и социологии традиционным делением на два пола является принадлежность к категориям *мужчина* или *женщина*. Данный тип деления, основанный на элементарной функции воспроизводства поколений, присущ еще первобытному обществу, он находит отражение в мифологии, культовых обрядовых ритуалах и институте «мужских союзов» [5, с. 5].

Слово «пол» многозначно, но все его значения предполагают разделение и вместе с тем незавершенность при условии отсутствия второй половины. К примеру, половина яблока — это не целый фрукт, и он годен только для употребления в пищу, мужчина не продолжатель рода, если рядом с ним нет женщины, способной физиологически выносить ребенка. С точки зрения этимологии индоевропейский корень «*ro*l» также имеет значение *разделять*. Таким образом, парадигма «мужской/женский» является основополагающей при рассмотрении живой природы вообще и делении мира на части.

Термин «гендер» является предметом дискуссии современных ученых и рассматривается традиционно с трех точек зрения: (1) совокупность биологических и физиологических признаков пола; (2) социальный пол; (3) отрицание термина как такового и признание так называемых «женских исследований». Дословный перевод термина «гендер» с английского обозначает «пол, род», с греческого — «происхождение, род, рождающийся». И хотя сам термин в научных источниках зафиксирован в 60-х годах XX века, в большинстве восточноевропейских стран он не прижился. Социологи предпочитают пользоваться термином *women`s studies* [6].

Рассматривая специфику термина «гендер», нельзя уйти от сопоставления его с термином «sex» [7]. При этом следует понимать, что гендер — это термин, используемый при анализе социальных, психологических и культурных аспектов, а «sex» применим только в биологическом аспекте. Критерии социального пола значительно шире, чем биологического.

Общепринято подразделять гендер на два уровня: структурный и символический. Первый является предметом дискуссии социальных институтов. Второй традиционно используется в отношении культурного содержания женственности и мужественности [8, с. 59].

Гендерные отношения лежат в основе общественного устройства, стиля мышления и находят свое отражение в культуре, языке, а также в производстве и государственных институтах. Гендерные отношения в широком смысле слова представляют собой форму социальных отношений между большими общественными группами.

В средствах массовой информации гендерные стереотипы формировались в зависимости от господствующего в определенный временной период гендерного порядка. К примеру, в России советского периода гендерный порядок был закреплен в следующих представлениях: семья — ячейка общества, внебрачные отношения порицаются, женщина олицетворяет собой образ матери, хозяйки и труженицы, а мужчина — образец защитника отечества, передовика производства. Вместе с тем нельзя отрицать и тот факт, что даже в этот период времени, когда господствовала идеологическая цензура, в СМИ нашли отражение социальные проблемы, связанные, прежде всего, с психологическими и социальными перегрузками женщин, их неудовлетворенностью положением в обществе и семье. О.В. Смирнова говорит и о кризисе мужской идентичности также характерной для периода 70–80-х годов XX века [9].

Гендерная картина современного общества находит отражение, как правило, в журналистике образа жизни и глянца. Именно эти издания и передачи ориентируются на аудиторию, учитывая ее гендерные характеристики. Предметом дискурса мужских и женских журналов и программ, их анализа являются вопросы о стиле жизни, роли и значимости мужчины и женщины в современном обществе. Залогом коммерческого успеха этого направления журналистики является соответствие гендерных образов традиционно сложившимся в обществе представлениям о женщине и мужчине.

Закрепляя в общественном мнении сложившиеся стереотипы и понятия, средства массовой коммуникации служат мощным рычагом формирования общественного сознания. Они выполняют функцию «экономии мышления», закрепляют информацию о стереотипах, анализируя конкретные явления, факты, процессы и вырабатывая единые ценностные ориентиры. Это позволяет сформировать коллективное мировоззрение и создать эмоционально-предсказуемый фон принятия и непринятия информации. Формирование стереотипов необходимо не только для защиты групповых ценностей и трансляции исторического и культурного опыта, но и для сохранения положительного «Я-образа» [10, с. 39]. Не существует журналистики без стереотипов, в том числе и гендерных. Но стереотипы подвержены изменчивости, а СМИ как никакое другое средство могут оперативно

реагировать на эти изменения, являясь своеобразной площадкой для апробации актуальности сформированных в обществе взглядов на гендерный вопрос.

Доказательством тому может служить закрепленная на IV Всемирной конференции ООН по положению женщин в Пекине в 1995 году позиция по отношению к женщинам. Она была необходима на данном этапе развития общества в связи с переоценкой отношений между мужчинами и женщинами и активным развитием феминистской мысли. Именно в этот период в социологию и журналистику вошли такие термины, как «гендерная политика», «гендерная стратегия», «гендерное равенство».

В Российской Федерации стратегию гендерного равенства нельзя рассматривать как тождество гендерной принадлежности. Стремясь к гендерной демократии, уважая гендерные особенности граждан, не допуская дискриминации по половому признаку, гендерная политика России в основе своей полагает разделение мужчин и женщин по биологическому признаку.

Гендерная стратегия Российской Федерации в различных сферах представлена в 19 статье Конституции Российской Федерации, в которой говорится, что «женщины и мужчины имеют равные права и свободы и равные возможности для их реализации»¹.

На государственную гендерную стратегию опирается и информационная политика государства. Она представлена в ряде официальных документов: Окинавская хартия глобального информационного общества, принятая на саммите «Большой восьмерки» 22 июля 2000 г., Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов (Одобрена решением Президента Российской Федерации 23 ноября 1995 г.), Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (разработана Советом безопасности в 1999 г.) и Федеральная целевая программа «Электронная Россия на 2002–2010 годы: планируемые действия, обоснование их необходимости, предполагаемые затраты и ожидаемый эффект в социальной и экономической сферах».

С развитием информационных технологий обострились многие социальные проблемы, среди которых проблемы информационной неравности и информационной пассивности. Отсутствие у граждан интереса к информации в принципе называется информационной пассивностью. Понятие «информационное неравенство» подразумевает различие в накопленным в обществе знаниям и доступе к информации. В узком смысле под понятием «информационно неравенство» следует понимать неравный доступ к телекоммуникационным технологиям и информационным ресурсам, что может быть обусловлено географией, технологическими возможностями и прочими объективными условиями. В нашей стране проблема информационного неравенства остро ощутима на перифериях, также она характерна возрастным категориям граждан, не владеющим интернет-технологиями.

Естественно, данные проблемы приводят к информационной дискриминации. Люди, живущие на периферии, возрастные категории и граждане с низким уровнем доходов лишены доступа к современным средствам коммуникации. С точки зрения гендерной статистики информационная дискриминация носит избирательный характер.

Для обеспечения устойчивого развития человеческого потенциала требуется создание определенной социально-экономической базы, способствующей формированию информационного общества в государстве, в том числе обеспечение условий для развития информационной инфраструктуры, обеспечение для всех граждан равной возможности

¹ Гендерная стратегия Российской Федерации, 2002.

вхождения в глобальное информационное сообщество и обеспечение доступности социально значимой информации для всех граждан, независимо от пола, статуса и положения.

Сетевые информационные технологии, электронные СМИ позволяют увеличить возможности человеческого интеллекта и практически сводят на нет дискриминационные представления о престижных («чисто мужских»), и непрестижных («чисто женских») сферах деятельности и профессиях. Следовательно, информационная политика Российского государства обеспечивает доступ к информационным ресурсам как для мужчин, так и для женщин и способствует эффективному гендерному приспособлению всех групп населения на рынках труда.

Коллективом авторов монографии «Российский гендерный порядок: социологический подход» анализируется гендерный порядок в советское время и трансформации его в постсоветском обществе². Гендерная стратегия РФ предполагает: государственную поддержку деятельности российских предприятий, удовлетворение спроса на специалистов в области информационных технологий, обеспечение доступности бесплатных услуг в области коммуникаций социально незащищенным категориям граждан, совершенствование новых форм занятости (в том числе семейных).

Гендерное равенство является в нашей стране одной из демократических ценностей, обеспечивающих стабильность информационного общества и определенных политической культурой.

Гендерную специфику общества необходимо учитывать в вопросах стратегического планирования и прогнозирования в сфере коммуникационных и информационных технологий, потому как эти технологии способны кардинальным образом изменить характер социальных отношений между полами, что в итоге может повлиять на всю систему общепринятых представлений. В теории коммуникаций этот процесс принято называть гендерным социальным конструированием.

Вопросы повышения ответственности и доверия целевой аудитории к СМИ и электронным рынкам заслуживают внимания и поддержки представителей медиа-бизнеса.

Рассматривая вопрос неоднозначного воздействия сетевых технологий на взаимоотношения между различными гендерными и социальными группами следует сделать акцент на государственной политике, которая направлена на долгосрочное развитие информационного сообщества. На сегодняшний день государственная политика РФ обеспечивает повышение эффективности государственного управления и регулирования; обеспечение развития информационного общества на основе социальной и гендерной справедливости; оперативное предоставление информационных услуг в режиме реального времени в целях развития гендерной демократии; внедрение методов гендерного мониторинга; обеспечение недопущения манипулирования информацией, а также разработку мер по предотвращению вытеснения российских СМИ из мирового социокультурного пространства.

Опираясь на вышеизложенное, резюмируем: гендер — это сложная характеристика, которая рассматривается в совокупности социальных и биологических спектров и включает в себя социальные, психологические и культурные аспекты. Этимологически понятия «гендер» и «пол» понимаются как разделение целого. Именно благодаря этому формируются понятия «мужчина» и «женщина». В современном социуме эти понятия рассматриваются не как антиподные, а как дихотомичные. Современной социологией предусмотрено отсутствие градации мужественности и женственности как в психологическом, так и в биологическом

² Российский гендерный порядок: социологический подход: Коллективная монография / Под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. — СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2007. — 306 с.

смысле. Сегодня принято говорить о четырех полоролевых типах, характерных для женщин и мужчин: мужественный, женственный, андрогинный и недифференцированный. Сознание людей является приоритетным в формировании представлений о гендере, при этом социальное давление вынуждает человека придерживаться общепринятой гендерной роли. Также следует отметить, что тенденция навязывания определенных гендерных стереотипов имеет место в современном обществе, и это находит отражение в объеме и характере информации, которая преподносится СМИ представителям того или иного пола.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лалетина А.О. Метафора в концептуализации мужественности (на материале англоязычных журналов об образе жизни) // Вестник С.-Петерб. университета. Серия 9 (Филология. Востоковедение. Журналистика). Вып. 2. Ч. II. 2007 г. — С. 224–230.
2. Кон И. Мужские исследования: изменяющиеся мужчины в изменяющемся мире // Введение в гендерные исследования. Ч. 1. — Харьков: ХЦГИ, 2001; СПб: Алетейя, 2001. — С. 562–605.
3. Долгина Е.С., Абдуллаева М.К. Стереотипы: понятие, функции, виды // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета. Статьи докладов / Ответственный редактор А.В. Коричко. 2016. — С. 175–178.
4. Шатова А.О. Гендерные особенности мужских и женских журналов // ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»: сайт. — URL: http://www.yvspu.yar.ru/images/7/77/Шатова_статья.doc (дата обращения: 21.03.2021 г.).
5. Добренков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная Социология: В 15 т. — Т. 10. Гендер. Брак. Семья. — М.: Инфра-М, 2006. — 1092 с.
6. Короткова С.А. Развитие «Women's Studies» в американской и российской историографии // Электронный научно-образовательный журнал «История». — М., 2014. Выпуск 7(30). URL: <http://www.history.jes.su/s207987840000839-1-1> (дата обращения: 24.03.2021).
7. Васильева И.Б. Гендер как социальная категория и ее характеристики // Вестник РГУ им. И. Канта. 2007. Вып. 2. Филологические науки. — С. 70–76. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gender-kak-sotsialnaya-kategoriya-i-ee-harakteristiki/viewer> (дата обращения: 25.03.2021).
8. Юкина И.И. Русский феминизм как вызов современности. — СПб.: Алетейя, 2007. — 539 с.
9. Смирнова О.В. Интеграция гендерного подхода в журналистское образование: российский контекст. URL: <http://www.mediascope.ru/node/963/> (дата обращения: 19.03.2021).
10. Скорнякова С.С. Гендерные стереотипы в средствах массовой коммуникации // Сборник Научных трудов Актуальные проблемы теории коммуникации. — СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. — С. 225–231.

Dolgina Ekaterina Stanislavovna

Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, Russia
E-mail: Ekaterina290482@yandex.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=539288

Patrakhina Tatyana Nikolaevna

Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, Russia
E-mail: trening.nv@yandex.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=628770

Formation of a gender approach in social science and its reflection in the mass media

Abstract. The article analyzes the theoretical aspects of gender from the perspective of various sciences. The authors of the article consider the interpretation of this term in the works of domestic researchers, as a result of which it is determined that gender is some properties of role behavior that distinguish a woman from a man and vice versa, but their difference depends not only on biological, but also on social conditions (social division of labor, specific social functions, cultural stereotypes, etc.). Modern sociology has revealed that there is no pure masculinity and femininity, either in the biological or psychological sense. There were four gender role types that are characteristic of men and women: masculine, feminine, androgynous and undifferentiated. This suggests that the dichotomy of "man-woman" in modern society is being smoothed out. Modern humanities increasingly raise the question of the gender picture of our society. It is known that one of the most important tools for forming the foundations of this picture in the minds of people is the mass media, which broadcast certain standards of masculinity and femininity, the socio-cultural role of men and women. As a result of the study of the phenomenon of "gender" in journalism, the authors of the article come to the reasonable conclusion that the role of mass media in the formation of gender is very significant. The following trends in the transformation of gender roles and their representation in the press can be distinguished: gender polarization; neotraditionalism; the emergence of new egalitarian models of gender patterns. Mass media — more successful promotion of an adequate representation of gender and equal relations between men and women.

Keywords: gender; femininity; masculinity; mass media; social functions; journalism; male; female