

Вануркина А. А.

**СТЕРЕОТИПНЫЙ ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ,  
ПРЕОДОЛЕНИЕ СЕКСИЗМА**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2009/7-1/6.html](http://www.gramota.net/materials/1/2009/7-1/6.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2009. № 7 (26): в 2-х ч. Ч. I. С. 23-24. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2009/7-1/](http://www.gramota.net/materials/1/2009/7-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

СТЕРЕОТИПНЫЙ ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ,  
ПРЕОДОЛЕНИЕ СЕКСИЗМА

Вануркина А. А.

*Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса*

Правомерность принципа равноправия женщин и мужчин во всех сферах жизни закреплена Конституцией РФ и целым рядом международных документов по правам человека, имплементация которых национальным законодательством является юридическим фактом.

Образ женщины, создаваемый и транслируемый СМИ, преодоление в СМИ гендерных предрассудков и стереотипов в отношении женщин и мужчин являются важными социальными задачами.

Создание открытого демократического общества невозможно без преодоления *сексизма* — то есть дискриминации на основании пола. «Сексизм — это позиция или действие, которые принижают, исключают, недооценивают и стереотипизируют людей по признаку пола. Сексизм — это ориентация, которая ставит в неблагоприятные условия один пол по отношению к другому». Помимо понятия сексизма необходимо также дать определение стереотипа. Под социальным *стереотипом* обычно понимается стандартизированный, устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно определенный образ. В основе производства социального стереотипа лежит психологический феномен генерализации, обобщения, схематизации данных опыта. Особенности социального стереотипа как регулятора социальных отношений является феномен поляризации качеств человека (как главного социального объекта и основного содержания стереотипа) и жесткая фиксированность такой полярной дихотомии. Синонимом стереотипа нередко выступают понятия предубеждения, предрассудка или клише.

*Гендерные стереотипы* — это один из видов социальных стереотипов, основанный на принятых в обществе представлениях о маскулинном и феминном и их иерархии. Часто гендерные стереотипы отличаются сексизмом в отношении женщин [Воронина, с. 29].

**Как же представлены женщины, которые составляют 53% населения страны, в российских СМИ?** Это можно просмотреть по трем параметрам:

- во-первых, какой объем информация о женщинах занимает в общем объеме информации;
- во-вторых, какой образ женщин транслируется СМИ.

В солидных (и тогда еще независимых) «Известиях» материалы, описывающие женщин, составляют не более одного процента от общей площади газеты. Если судить по их публикациям, то женщины в политике — это пассивная, страдающая часть политического процесса. Основные «женские» публикации в газете описывают суперэлиту.

В самой массовой газете - «Аргументы и факты» женщины представлены либо как потребители, либо как маргинальная группа (проститутки, деклассированные элементы и так далее).

В газете «Сегодня» женщины представлены достаточно противоречиво — с одной стороны, это экзотичные образы принцесс, женщин-президентов, шпионок. С другой — так же, как и в других газетах, здесь отсутствует женский взгляд на мир и его проблемы.

Иными словами, на уровне даже солидных и центральных газет интересы, проблемы, жизнь большей части населения страны реально не представлены. Это значит, что нас, женщин, работающих везде — от Федерального собрания до родильного дома, творящих, воспитывающих, думающих — просто нет.

В целом в обычных СМИ сейчас тема женщины малопопулярна. Сейчас стереотипизация женщин в СМИ усилилась: женщина предстает либо как деталь интерьера кухни и детской, либо как сексуальный объект.

Особенно это очевидно в так называемых «женских» журналах типа отечественных «Женский клуб», «Лиза» и других. В сущности все эти журналы посвящены тому, как научить женщину быть красивой, ухоженной и сексуальной куклой, цель жизни которой - быть забавой мужчины и уметь доставить ему удовольствие. «Женскими проблемами» в этих журналах считаются умение накладывать макияж и сделать свое тело красивым, хорошо заниматься сексом и хорошо готовить, снимать психологическое напряжение мужчины, правильно стирать его рубашки и так далее. В качестве культурного дополнения предлагаются астрология, рукоделие, рассказы о жизни артистов. Социальные или моральные проблемы, рассказы о реальной жизни реальных женщин начисто отсутствуют. В этих журналах зачастую не находится места даже для педагогических советов — то есть не только профессия, но и роль матери (которая может отвлечь внимание женщины от обслуживания мужчины) оказывается вторичной. В этом смысле можно сказать, что большинство «женских» журналов — это вообще один сплошной стереотип. Зарубежные «Vogue», «Elle», «Cosmopolitan» в принципе весьма схожи с нашими журналами, хотя там иногда и появляются публикации на социальные темы. Особое беспокойство своей попсовостью и «раскрепощенностью» вызывают журналы для девочек-подростков типа «Cool» или «Cool girl», где их учат быть сексуально раскованными кривляками.

В «неженских» СМИ публикаций, посвященных женщинам и «женской теме» стало меньше. Однако стало гораздо больше маленьких замечаний, помещенных в общие публикации; броских заголовков, цитат, «юмора», отличающихся резким сексизмом.

Необходимо отметить, что особенностью российских СМИ в отношении женщин является «нормальность», допустимость (то есть приемлемость) демонстрации на страницах ненависти, презрения, резкой

агрессии к женщинам вообще, женщинам как таковым. Реально существующую ситуацию с отражением женщин в СМИ можно квалифицировать как нарушение свободы слова для женщин по крайней мере по двум основаниями: недостоверная информация в СМИ о женщинах и для женщин, отсутствие доступа женщин как гендерной группы к СМИ и препятствия для равной профессиональной активности и профессионального продвижения [Левада, с. 8].

Каковы правовые и социальные механизмы улучшения такой ситуации?

Приведение российского законодательства в соответствие с международными стандартами в области прав человека женщин — то есть введение соответствующих дополнений в ряд законов, в том числе в Закон о СМИ и создание эффективных механизмов контроля за соблюдением законодательства Левада [ФЗ от 27.12.1991 № 2124-1].

Вторым шагом на пути к формированию критического отношения производителей информации к сложному и деликатному вопросу гендерных стереотипов является просвещение и профессиональная подготовка.

Также необходимо разработать государственную политику в сфере СМИ, учитывающую и обеспечивающую соблюдение принципов свободы слова в контексте прав человека, в том числе — принципов равноправия женщин и мужчин, а также соблюдения общественных интересов. Для этого стоит подумать о создании комитета по информационной реформе, состоящего из юристов, журналистов и представителей общественных организаций.

Реально существующую ситуацию с отражением женщин в СМИ можно квалифицировать как нарушение свободы слова для женщин по крайней мере по двум основаниями: недостоверная информация в СМИ о женщинах и для женщин. Действующее законодательство о СМИ не обеспечивает соблюдения международных стандартов в области прав человека женщин.

Для изменения этой ситуации необходимо привести российское законодательство в соответствие с международными стандартами в области прав человека женщин. Необходимо проанализировать и внести дополнения в действующее законодательство о СМИ, исходя из принципов обеспечения гендерного равенства, искоренения сексизма и стереотипного изображения женщин и мужчин, предотвращения презентации в СМИ порнографии и насилия в отношении женщин.

Правительство должно правовыми методами:

- содействовать обеспечению равного права женщин на доступ ко всем областям и уровням в СМИ;
- содействовать включению гендерной тематики в политику СМИ;
- поощрять СМИ к тому, чтобы они воздерживались от изображения женщин как неполноценных людей и не использовали их в качестве объекта для удовлетворения сексуальных потребностей и товара;
- отразить в законодательстве идею о том, что негативные стереотипные образы женщин являются по своему характеру дискриминационными и унижающими достоинство, а также оскорбительными.

По итогам анализа внести необходимые изменения в действующие законы, в обсуждаемые законопроекты, и при подготовке законопроектов о СМИ в будущем учитывать международные стандарты. Создать эффективные механизмы контроля за соблюдением законодательства в этой сфере. Ввести законодательный принцип проведения предварительной социальной (в том числе гендерной) экспертизы законодательства о СМИ, проведение общественных дискуссий по готовящимся законопроектам с последующим учетом замечаний экспертов и общественности. Подготовить Закон о государственной поддержке общественных СМИ.

#### *Список литературы*

**Федеральный закон «О средствах массовой информации»** (ФЗ) от 27.12.1991 № 2124-1.

**Левада Ю. А.** Комплексы общественного мнения: информационный бюллетень ВЦИОМ. 2006. № 6 (26).

**Воронина О. А.** Введение в гендерные исследования // *Материалы Первой российской летней школы по женским и гендерным исследованиям «Валдай-2007»*. М., 2007.

## СОСТАВ ИКОНОПИСНОГО ФОНДА ЦЕРКВЕЙ ГОРОДА ЧЕРЕПОВЦА ДОРЕВОЛЮЦИОННОГО ПЕРИОДА

*Галунова С. Н.  
Череповецкий государственный университет*

Череповецкий Воскресенский мужской монастырь возник в середине XIV в. Возможно, это произошло между 1355 и 1364 гг., в период нахождения на кафедре епископа Ростовского и Белозерского Игнатия [Хрусталев, 1999, с. 32]. Жития основателей монастыря, святых Афанасия и Феодосия, не сохранились, иконописный облик их нам известен по пяти иконам, да и то позднего периода. В 1449 г. монастырь был возведен на степень архимандрии (впервые упоминается архимандрит Геннадий). С этого времени до 1707 г. им управляли архимандриты [Амвросий, с. 659]. Воскресенский монастырь был домовым митрополичьим и, кроме того, ставропигиальным. В 1764 г. многие монастыри, в том числе Череповецкий Воскресенский, бы-