

*Бакалавр кафедры «Реклама и связи с общественностью»
Санкт – Петербургский политехнический университет Петра Великого
Россия, г. Санкт - Петербург*

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ГЕНДЕРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В СМИ РОССИИ

***Аннотация:** В статье рассматриваются особенности освещения гендерной проблематики в современных российских СМИ. Проанализированы статьи популярных российских изданий, относительно освещения гендерных вопросов (профессиональной дискриминации, проблем сексуальных меньшинств, дискриминаций по половому признаку).*

***Ключевые слова:** гендер, медиа, неравенство, дискриминация, гендерные стереотипы.*

***Annotation:** The article deals with the peculiarities of coverage of gender issues in contemporary Russian media. Examples from popular Russian publications on gender issues (occupational discrimination, sexual minority issues, gender discrimination) are analyzed.*

***Key words:** gender, media, inequality, discrimination, gender stereotypes.*

На современном этапе в научных и публицистических дискурсах изучение роли СМИ в освещении гендерной проблематики стало достаточно актуальным, поскольку представителей медиа обвиняют в поддержке гендерных стереотипов: женщина должна заниматься исключительно семьей и бытом; мужчина должен быть лидером, публичным человеком, для которого работа – это главное, так же как и общественное признание.

Но СМИ должны уделять больше внимания именно темам равенства, а не наоборот, чтобы решать проблемы в обществе: насилие в семье,

профессиональные дискриминации и тому подобное. Многие гендерные организации «ждут» от медиа действий, в особенности ЛГБТ-общества, которые утверждают, что СМИ должны объективно относиться к проблемам «queer-сообществ», избегать враждебного языка.

С другой стороны, большое количество различных организаций, в основном, семейного и религиозного направления, обвиняют медиа, что они под видом защиты прав человека и демократии, пропагандируют гомосексуальную идеологию.

На современные СМИ возлагается роль «проводника» общественных взглядов, поскольку все целевые группы имеют право знать о трудностях и интересах, которые происходят в конкретном государстве или в мире. Но невозможно не согласиться с мнением активистов, которые считают СМИ инструментом для достижения конкретных целей по гендерной пропаганде.

Таким образом, одним из важнейших инструментов гендерной политики являются СМИ. Профессионально продуманная гендерная политика способна урегулировать много гендерных вопросов через использование средств массовой коммуникации, но в то же время существует большой риск эскалации гендерного напряжения из-за «неадекватной» гендерной политики (в том числе и в СМИ).

Стереотипное отражение общественных ролей, а также образов женщин и мужчин, являются довольно распространенным для большинства современных российских средств массовой информации. Характеры и интересы мужчин и женщин подлежат противопоставлению друг к другу. В поддержку этого журналисты используют штампы: «слабый пол», «слабая половина человечества», «сильный пол», «сильная половина человечества»¹.

Женщины и мужчины представлены в различных рубриках новостей. О мужчинах, как правило, пишут в статьях в сфере политики и экономики, а о женщинах в статьях о здоровье, семье, детях. Таким образом, система гендерных стереотипов в СМИ базируется на бинарной оппозиции «маскулинности –

¹ Павлюк Л. Гендерные стереотипы и гендерная чувствительность коммуникаций / Л. Павлюк // Медиакритика. 2008. № 18. С.2.

феминности». Маскулинность автоматически приравнивается к активно-творческому, культурному, цивилизационному началу, а феминность – к пассивно-репродуктивному, естественному².

В соответствии с этим распределены социальные роли, освещаемые в журналистских материалах: для женщины – семейные роли, для мужчин – профессиональные.

Специалист в сфере массовых коммуникаций И. Ивченко³ определяет такие ключевые гендерные проблемы, которые должны быть отражены в современных российских СМИ:

- гендерная стратификация в общественной сфере;
- гендерная дифференциация в сфере производства и оплаты труда;
- гендерные различия в благосостоянии;
- гендерные неравенства в частной жизни;
- демографический кризис;
- проблема здоровья мужчин и кризис маскулинности;
- проблемы гендерной самоидентификации, права сексуальных меньшинств и прочее.

На предмет отражения этих вопросов в российских медиа были проанализированы онлайн-издания: Ведомости, РБК, Коммерсантъ.

Как показал аналитический обзор, не во всех изданиях в статьях рассматриваются гендерные проблемы, которые актуальны именно для российского общества.

К примеру, в публикации издания Ведомости «Эксперты впервые за 10 лет зафиксировали увеличение гендерного неравенства» указывается следующее: «Методология ВЭФа учитывает неравенство в здравоохранении, образовании, политике и карьере. Мир преодолел разрыв между тотальным неравенством и

² Дорошко Т. СМИ как посредники гендерных проблем / Т.Дорошко // Научный блог Острожской академии. 2015. № 5. С.23.

³ Ивченко И. Освещение проблем гендерного неравенства в современных российских СМИ / И. Ивченко // Конференция «Ломоносов». 2015. № 4. С.1.

абсолютным равенством между мужчинами и женщинами на 68%»⁴ В самой статье представленная проблема в рамках российского общества не рассматривается.

В некоторых публикациях отражены отрицательные аспекты гендерных проблем, существующих в российском обществе, приведем пример из публикации «Мария Букова: В коллекцию, так же как и Пиотровский, мы не покупаем много»⁵, где наглядно продемонстрировано отношение российской интеллигенции, предпринимателей к сексуальным меньшинствам: «Олигархи ничего не делают просто так, ради мира во всем мире. Одно дело – поддерживать условные пейзажи, а другое – если вдруг какие-то чучела животных или, не дай бог, ЛГБТ».

Причем в данном случае принижаются сексуальные меньшинства посредством сравнения с «чучелами животных».

В публикации «Каких людей не желает нанимать “Тинькофф банк”» рассматривается вопрос о профессиональной дискриминации⁶:

«В документе говорилось, что на работу в банк не берут “лиц кавказской национальности”, “представителей негроидной расы”, “ярко выраженных представителей сексуальных меньшинств”, бывших сотрудников ФСБ и МВД».

Таким образом, в онлайн-издании «Ведомости», приоритетными гендерными темами являются: неравенство между мужчинами и женщинами, профессиональная дискриминация, а также тема принижения сексуальных меньшинств. Аналитика от журналистов отсутствует.

В онлайн-издании РБК, в большей степени, рассматривается тема неравенства между мужчинами и женщинами в профессиональном сегменте, а также представлены статьи на общие темы по гендерной проблематике. Приведем примеры заголовков таких статей:

⁴ Эксперты впервые за 10 лет зафиксировали увеличение гендерного неравенства: сайт издания «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2017/11/03/740456-uvvelichenie-gendernogo-neravenstva> (дата обращения: 16.01.2020).

⁵ Мария Букова: «В коллекцию, так же как и Пиотровский, мы не покупаем много»: сайт издания «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/characters/2019/12/20/819228-mariya-bukova> (дата обращения: 15.01.2020).

⁶ Каких людей не желает нанимать «Тинькофф банк»: сайт издания «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/07/05/774767-kadri-tinkoff> (дата обращения: 15.01.2020).

- «Россия опустилась в рейтинге гендерного неравенства».
- «Аналитики выявили отток инвесторов из компаний из-за женщин-руководителей».
- «Аналитики зафиксировали большее доверие мужчинам в бизнесе».
- «Голодец оценила разницу в зарплатах мужчин и женщин в России».
- «Госдума отклонила законопроект о гендерном равенстве».

В целом, как и в онлайн-издании Ведомости, в онлайн-издании РБК статьи содержат «негативные» факты о проблемах гендерного неравенства. Авторские комментарии журналистов, отсутствуют. Важнейшей причиной допущения, в подобных материалах российских СМИ, гендерной дискриминации является недостаток гендерных знаний/навыков освещения таких тем, поскольку они представлены в том же формате, как и другие статьи (экономические, политические).

В онлайн-издании «Коммерсантъ» присутствуют авторские статьи на гендерную проблематику. К примеру, автор Наталья Радулова в статье «Почему в России до сих пор существует гендерный разрыв»⁷ анализирует ситуацию, которая сложилась в современной Европе и сравнивает их положение с российской гендерной ситуацией.

Также она акцентирует внимание на дискриминации женщин и навешивании «ярлыков» на их роль в российском обществе:

«На родительских собраниях в рамках проекта «Школа для родителей», реализуемого на президентские гранты с согласования Минобрнауки, психологи демонстрируют слайды «Права и обязанности в семье», где сказано, что женщина «обязана содержать дом», а мужчина «имеет право помогать жене по дому»».

Автор Анастасия Курилова в статье «В сравнение на мужчин»⁸ сравнивает взгляды влиятельных российских женщин на гендерную проблематику, а именно

⁷ Почему в России растет гендерный разрыв: сайт Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4179084> (дата обращения: 16.01.2020).

⁸ С равнением на мужчин: сайт Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3976893> (дата обращения: 16.01.2020).

дискриминацию женщин в профессии и семейных отношениях: «Ирина Хакамада подчеркнула, что для уменьшения гендерного неравенства надо разобраться с насилием в семье и эйджизмом – дискриминацией по возрасту. А госпожа Никонова предложила мужчинам чаще уходить в декрет».

Таким образом, в современных российских СМИ отсутствует глубокая и системная аналитика вопросов, касающихся гендерного неравенства и дискриминации. Авторы, чаще всего, предоставляют «сухие» факты без подробной аналитики и разбора ситуации. Из положительных аспектов можно выделить то, что темы гендерного неравенства освещаются часто (примерно 1-2 новости/публикации в неделю).

В целом – преодоление гендерной дискриминации и неравенства необходимо как мужчинам, так и женщинам. Причем неважно, на какой территории они находятся, в России или в другой стране. Установление равноправия на законодательном уровне позволило бы многим людям реализовать себя в любой профессии. Поэтому вопрос равноправия актуален для каждого из представителей общества.

Поэтому СМИ, не только российские, должны подходить к вопросу освещения гендерной проблематики достаточно серьезно, изучать этот вопрос не поверхностно, а проводить авторский анализ, размещая результаты журналистского расследования по гендерным вопросам.

Первоочередной задачей является избавление российского общества от гендерных стереотипов, которые устойчиво закрепились в сознании россиян. Это аргументируется тем, что гендерные стереотипы формируют ложные представления о функциях мужчин и женщин в социуме. Для того чтобы выполнить эту задачу, журналистам необходимо восполнить недостаток знаний по гендерной проблематике, чтобы предоставить обществу – неоспоримые факты, доказательства и аргументы в пользу социальных ролей, предназначения мужчины и женщины.

Важным в освещении таких тем является то, что журналисты должны придерживаться этических норм, которые помогут урегулировать вопросы относительно гендерной дискриминации.

Использованные источники:

1. Аналитики выявили отток инвесторов из компаний из-за женщин-руководителей: сайт РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/25/11/2019/5ddbdc3f9a7947c462f19457> (дата обращения: 16.01.2020).

2. Аналитики зафиксировали большее доверие россиян к мужчинам в бизнесе: сайт РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/05/04/2019/5ca714b79a7947f105d691ab> (дата обращения: 16.01.2020).

3. Более половины россиян выступили за полное равноправие мужчин и женщин: сайт РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5c91f5ed9a7947839d2abed0> (дата обращения: 16.01.2020).

4. Голодец оценила разницу в зарплатах мужчин и женщин в России: сайт РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5c78daa59a7947fe016e19dc> (дата обращения: 16.01.2020).

5. Дорошко Т. СМИ как посредники гендерных проблем / Т.Дорошко // Научный блог Острожской академии – 2015 – № 5 – С.23-28.

6. Ивченко И. Освещение проблем гендерного неравенства в современных российских СМИ / И. Ивченко // Конференция «Ломоносов» – 2015 – № 4 – С.1-3.

7. Каких людей не желает нанимать «Тинькофф банк»: сайт издания «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/07/05/774767-kadri-tinkoff> (дата обращения: 15.01.2020).

8. Мария Букова: «В коллекцию, так же как и Пиотровский, мы не покупаем много»: сайт издания «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/characters/2019/12/20/819228-mariya-bukova> (дата обращения: 15.01.2020).

9. Павлюк Л. Гендерные стереотипы и гендерная чувствительность коммуникаций / Л. Павлюк // Медиакритика – 2008 – № 18 – С.2.

10. Почему в России растет гендерный разрыв: сайт Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4179084> (дата обращения: 16.01.2020).

11. С равнением на мужчин: сайт Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3976893> (дата обращения: 16.01.2020).

12. Эксперты впервые за 10 лет зафиксировали увеличение гендерного неравенства: сайт издания «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2017/11/03/740456-uvvelichenie-gendernogo-neravenstva> (дата обращения: 16.01.2020).