

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Исторический факультет
Кафедра политологии и права

ТИХОВА ЕВГЕНИЯ ИВАНОВНА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Гендерные стереотипы как инструмент политической борьбы в
период избирательных кампаний**

По направлению подготовки 41.03.04. «Политология»
Направленность (профиль) образовательной программы
«Российская политика»

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой
к.и.н, доцент Константинова М.В.



Научный руководитель
к.и.н Константинова М.В.



Дата защиты 17.06.2019

Обучающийся
Тихова Е.И.



Оценка отлично

Красноярск 2019

Содержание

Введение.....	3
Глава I. Теоретико-методологические подходы к исследованию гендерных стереотипов.....	6
1.1. Содержание и свойства гендерных стереотипов.....	6
1.2. Функции гендерных стереотипов.....	8
1.3. Виды гендерных стереотипов: женские и мужские стереотипы в политической борьбе.....	8
Глава II. Гендерные стереотипы как метод политической борьбы в период избирательных кампаний.....	21
2.1. Эмпирическая база исследования и методика анализа.....	21
2.2. Анализ предвыборных кампаний российских политиков на наличие гендерных стереотипов.....	23
Заключение.....	36
Библиографический список.....	40
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	46

Введение

Использование гендерных стереотипов, маскулинизация или феминизация себя как кандидата или противника выступают нередко в качестве приема политической борьбы. В обществе, у избирателей складываются определённые гендерные условия и стереотипы, влияющие на восприятие политической информации, иногда мешающие полноценному функционированию политической системы, и, в определенной степени, формирующие социальное неравенство. Созданные стереотипы часто становятся инструментом для манипуляции массовым сознанием, в пользу выгоды конкретных политиков, групп интересов. Поэтому, гендерные стереотипы в современном мире стали выступать одним из ресурсов власти в политической борьбе.

Одна из основных проблем гендерного политического пространства, это насколько возможно в современной России равнозначное включение двух основных социально-демографических групп населения в политическую жизнь. Влияние женщин на политические решения остается очень незначительным из-за низкого представительства, как на федеральном, так и на местных уровнях власти. Причиной этому могут являться все возможные гендерные стереотипы.

Под гендерными стереотипами, в политической культуре понимается устойчивый, укоренившийся в массовом сознании набор представлений о персональных характеристиках мужчин и женщин, которые влияют на их персональное поведение, на распределение в обществе социальных ролей и статусов.

Говоря о степени изученности проблемы, можно констатировать, что тема гендерные стереотипы в политике изучается, и в теоретической, и практической литературе. Базовыми работами, посвященными гендерным проблемам в политической сфере можно назвать - М. М. Малышева «Гендерное наполнение политического пространства в России»; Т. Б. Рябова

«Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике»; О. А. Хасбулатова «Гендерные стереотипы в политической культуре: специфика российского опыта». В этих трудах показано влияние гендерных стереотипов на представления избирателей о сферах компетентности политиков - мужчин и женщин, выявлена специфика участия представителей обоих полов в политическом процессе. Непосредственно поднимается тема стереотипности образов мужественности/маскулинности и женственности/феминности.

В статье «Гендерные стереотипы как фактор оценки субъектов политического процесса» Т. Б Рябовой, анализирует включение гендерных стереотипов в оценку разных политических субъектов. Автор исследует, каким образом, и с какой целью гендерные стереотипы используются для характеристики субъектов политического процесса.

В работе «Гендерные стереотипы в политической сфере современного общества» С. Гаспарян и А. Князян рассматривают гендерные стереотипы в политической речи. Анализируют, как политики (как мужчины, так и женщины) используют различные языковые средства, чтобы убедить своих слушателей, донести до них свои идеи, стремясь при этом соответствовать желаниям и потребностям аудитории.

Исходя из степени изученности и актуальности темы, цель исследования состоит в анализе гендерных стереотипов как инструмента политической борьбы в период избирательных кампаний.

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить следующие задачи:

1. Типологизировать основные теоретико-методологические подходы к исследованию гендерных стереотипов:

2. Выявить причины, функции, свойства и содержание гендерных стереотипов;

3. Проанализировать объекты стереотипизации, т.е. исследовать влияние гендерных стереотипов на мужчин и женщин в политической сфере общества;

4. Определиться с кругом источников для контент-анализа; с критериями анализа текста;

5. Методом контент-анализа публичных выступлений, заявлений и программ кандидатов выявить основные гендерные стереотипы, используемые как инструмент политической борьбы во время избирательных кампаний.

Объект исследования - гендерные стереотипы в политической борьбе.

Предмет исследования - содержание гендерных стереотипов, использующееся современными российскими политиками и демонстрирующее гендерное неравенство в политической борьбе.

Структура дипломной работы - работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе рассматриваются теоретические вопросы, посвящённые гендерным стереотипам. Во второй главе описывается методика исследования и проводится контент-анализ, исследование содержания гендерных стереотипов на основе материалов политической сферы современного российского общества, а именно через анализ публичных выступлений, заявлений, агитационных материалов кандидатов.

Глава I. Теоретико-методологические подходы к исследованию гендерных стереотипов

Эта глава посвящена изучению роли гендерных стереотипов как ресурса политической борьбы. В ней дается анализ содержания, свойств, функций и видов гендерных стереотипов в политике.

1.1. Содержание и свойства гендерных стереотипов

Гендерные стереотипы окружают нас постоянно в повседневной жизни, потому как стереотип является формой познания социальных ролей в обществе. Далее выделим, какими основными свойствами обладают гендерные стереотипы:

Во-первых, гендерные стереотипы носят эмоционально-оценочный характер. Оценка может быть заложена в любом гендерном стереотипе. Например, мужская отвага или женская слабость, пассивность; мужское самообладание, умение держать себя в руках или женская эмоциональность. Также следует учитывать, что эта оценка, во-первых, отражает внутригрупповую систему ценностей, и, во-вторых, она может иметь разные знаки (например, если мужчина ориентирован на достижение цели – мужчина амбициозен; если женщина чувствительна и эмоциональна – женщина капризна), что может быть связано с амбивалентностью представлений о другом [Рябова: С.4].

Во-вторых, гендерные стереотипы устойчивы и стабильны. Например, распространённые в наше время представления о женской эмоциональности и средневековые убеждения о том, что женщина не способна контролировать свои чувства, выглядят почти идентичными, также, как и не изменившиеся представления о корреляции власти с мужским началом – справедливым, разумным, не поддающимся эмоциям. Налицо и корреляция стереотипов мужской самостоятельности, независимости с античными и средневековыми представлениями о том, что мужчина несёт ответственность за слабую,

неразумную и безответственную женщину. Однако, по мере изменения социальных представлений, норм, социальных стереотипов в целом, подвергаются изменениям и гендерные стереотипы. Если мы говорим о стереотипе «женщины и мужчины вообще», без учёта национальности, социального статуса, возраста, то мы можем сказать, что он, безусловно, изменился. Уже нет однозначных, социально разделяемых представлений о том, что мужчина – единственный кормилец в семье, защитник, а женщина – слабое, зависимое и совершенно беспомощное создание. Такие изменения обуславливаются значительно выросшей за этот период времени ролью женщины в обществе и на производстве. Тем не менее, изменения гендерных стереотипов идут медленнее, чем изменения социальных реалий [Рябова: С.4].

В таблице №1 приводится различие маскулинных и феминных черт. На основе устойчивых маркированных стереотипных представлений о свойствах социальных ролей мужчин и женщин в обществе.

Таблица 1. Маскулинность и феминность: базовые различия

<i>Базовые различия</i>	<i>Маскулинные черты</i>	<i>Феминные черты</i>
<i>Эмоциональность</i>	Сдержанность эмоций	Эмоциональность, подверженность смене настроения
<i>Формы активности</i>	Напористость, активность Сильная личность,	Уступчивость, пассивность
<i>Способы достижение целей</i>	Сила, агрессивность, открытые формы достижения целей	Косвенные формы влияния: сердечность, , мягкость
<i>Уверенность</i>	Вера в себя, есть собственная позиция, склонность отстаивать свои интересы, независимость, полагание только на себя	Застенчивость, преданность другому человеку, склонность к подчинению
<i>Отношение к власти</i>	Способность и склонность к лидерству, властность, амбициозность.	Жертвенность, способность подчиняться; внимание к людям, а не целям

Составлена на основе статьи: «Стереотипы маскулинности и феминности в современном обществе» Хасанова С. А. [Хасанова: С.1412].

В-третьих, гендерным стереотипам свойственна высокая степень единства представлений. Исследователи же признают образы маскулинности и фемининности стереотипными, если они разделяются как минимум тремя четвертью индивидов в пределах социальной общности [Рябова: С.4].

Наконец, в-четвертых, гендерные стереотипы нормативны. Например, представления о том, каким должен быть «настоящий мужчина» (быть сильным, способным защитить женщину), как должна вести себя в той или иной ситуации женщина (быть всегда вежливой), и даже как им одеваться (мужчина не должен носить юбку), являются социально разделяемыми, мужчины и женщины не могут с ними не считаться [Рябова: С.5].

1.2 Функции гендерных стереотипов

Любые стереотипы выполняют определенные функции в обществе. Можно выделить ряд основных функций, которые реализуют гендерные стереотипы:

Когнитивная функция. Когнитивная функция стереотипов включает в себя упрощение и систематизацию знания, которое индивид получает из окружающей среды. Стереотипы направлены не только на объяснение, но и на предсказание дальнейшего поведения группы или члена группы. Так, стереотипы экономят усилия индивида при его восприятии сложных объектов [Рябова: С.61].

Ценностно-защитная функция. В данной функции срабатывают различные психологические механизмы. Функция связана с созданием и поддержанием ценностей группы и индивида. Стереотипы помогают не только объяснить, но оправдать и защитить своё поведение, свои взгляды и поддержать какие-либо групповые ценности [Рябова: С.64].

Функция социального контроля. Гендерные стереотипы являются социально разделяемыми представлениями о том, какими должны быть мужчины и женщины, так что они неизбежно обретают нормативность. Поскольку норма является одним из самых значимых видов социального

контроля, который поддерживает общую целостность социальной системы, то и стереотипы также выполняют данную функцию. Они как объясняют существующие в обществе отношения асимметрии, иерархии между полами и внутри полов, так и укрепляют их, гарантируя этим стабильность социальных норм. Также, по причине своей нормативности, гендерные стереотипы являются элементом внутреннего социального контроля, выполняя функцию поддержки социально приемлемых образов поведения, определение уже существующих прототипов [Рябова: С.65].

Интеграционная функция. Гендерные стереотипы широко разделяемы в обществе, поэтому они являются фактором консолидации не только групп «мужчины» и «женщины», но социума в целом. Общепринятые представления о мужских и женских качествах способствуют созданию общего информационного пространства, что позволяет всем членам общества вести разговор «на одном языке», почувствовать причастность к данному социуму. Таким образом, гендерные стереотипы поддерживают стабильность и устойчивость социальной системы. Однако, стоит заметить, что консенсус достигается за счет дискриминационных взглядов в отношении одной из групп — женщин [Рябова: С.72].

Функция манипулирования. Стереотипы являются также мощнейшим средством манипулирования. Часто бывает так, что именно в политическом сознании формируются и утверждаются регуляторы политических установок и стереотипов. Стереотипы имеют важное значение в процессе оценки индивидом социально-политических явлений и процессов, но играют, однако, двойственную роль – как позитивную, так и негативную. Образцы политического поведения, которые постоянно используются и повторяются политической элитой, распространяются и поддерживаются массовыми информационно-пропагандистскими средствами.

1.3 Виды гендерных стереотипов: женские и мужские стереотипы в политической борьбе

Женские стереотипы в политической борьбе

Автор статьи «Гендерное наполнение политического пространства в России» М.М. Малышева выделила 7 основных стереотипов о женщинах в политике [Малышева: С. 230].

Стереотип 1. *Политика – это грязное дело. Морально и психологически, женщины не готовы заниматься политикой.*

В политике, действительно, часто для удержания власти и для достижения поставленных целей используют различные методы и способы, которые предполагают умение вести интригу, вступать в ряд договоренностей с группами лиц. То, что эти цели далеко не всегда работают на нужды населения, хорошо известно. Поэтому было бы большим лукавством доказывать обратное.

Для реализации намеченных целей политическая элита зачастую ведет непрозрачную игру, использует «для отвода глаз» весь арсенал современных всевозможных методов, не всегда легальные, привлекая и государственные органы. Происходит криминализация власти, и политика действительно превращается в грязное дело.

Женщины, в отличие от мужчин, как правило, в большинстве случаев не приобретают опыт социализации, основанный на субординации и дисциплине, коллективные игры – футбол, хоккей, – а во взрослой жизни через разные силовые институты – армию или милицию, т.е. женщины плохо вписываются в описанную выше систему политических отношений.

Однако это вовсе не повод для того, чтобы оставлять ситуацию, как она есть. Наоборот, нам необходима существенная демократизация власти, которая неосуществима без количественного ощутимого вхождения женщин в политические процессы. Если гипотетически предположить, что их доля во властных структурах значительно возрастет, то для правящей элиты

появляются риски и опасность, что в стремлении сделать политику более чистой, т.е. прозрачной и подотчетной, женщины могут начать выносить "сор из избы", чего они обычно не могут делать в одиночку. Это стало является одним из аргументов, почему установление норм гендерного представительства во власти так нежелательна. Это начинает нарушать нормы домостроения, но не в частном, а в общественном пространстве. Женщины начинают говорить. В этом смысле бесполоя или однополая власть гораздо "надежнее" - ей легче подчинить жесткую внутривластную дисциплину, волю и амбиции лидеров.

В патриархальных устоях считается, что деление властных мест в государстве всего лишь по признаку пола – издержки феминизма.

Стереотип 2. Женщины-политики могут знать, как распределить бюджет, но они не знают, как добыть финансовые средства.

Место женщин – в социальных комитетах. Женщины разбирается только социальной сфере.

Если посмотреть на современное представительство женщин на политической арене, то действительно, традиционно они сосредоточены в комитетах направленных на решение проблем из области, которые, как правило, связаны с образованием, здравоохранением, социальной жизнью общества. Преимущественно и профессии этих женщин связаны с медициной и просвещением, реже юристы и экономисты. Навыков и опыта может быть в разы меньше в сферах бюджетной, налоговой политики, в вопросах безопасности и строительства. Из этого и складывается гендерный стереотип в общественном сознании.

Профессиональный фактор не становится основным в данном вопросе, т.к. специалисты женщины-политики присутствуют и вне социальных сфер, а имеет значение то, что на данные области политики выделяются огромные средства. Особенно эшелон, связанный с оборонной и армией, где каналы для «новобранцев» максимально органичен. Сфера закрыта для нового круга лиц,

тем более для женщин. Ситуация не изменится, пока не начнется демократизация всех военных структур и ведомств.

Стереотип 3. В политику проходят по принципу профессионализма, а не пола, поэтому избранные депутаты, среди которых объективно преобладают мужчины, не хуже женщин знают их проблемы и способы решения этих проблем.

Мужская политическая элита несмотря, что осведомлена о проблемах различных других социально-демографических групп и имеет понимание во всех процедурных моментах, что касается разработки и продвижение законов. Все равно в первую очередь, лоббирует и отстаивает собственные интересы, часто прикрываясь важностью для всей нации и государства. Таким образом, профессионализм современных политиков не опирается и реализуется вне рамок гендерных оценок происходящего. Поэтому и существует необходимость женщинам овладеть в равной степени процедурными инструментами принятия решений.

Стереотип 4. Квоты дискриминируют тех женщин, которые прошли бы за счет своих профессиональных качеств, а также потому, что женщины снова становятся «выдвиженцами».

Эта точка зрения основывается на либеральной идее "меритократии" или на принципе, согласно которому достижение социального статуса в обществе должно обеспечиваться исключительно личными достоинствами и заслугами личности. Все должны соревноваться на равных, независимо от цвета кожи, пола, возраста, социального происхождения. Обоснованность этого принципа трудно опровергнуть, если бы не тот факт, что он совершенно слеп к пониманию причин гендерного неравенства и его последствий. Как отмечалось выше, женщины оказались на периферии процесса приватизации. Их экономические и политические связи с самого начала перестройки были ограничены не потому, что они не имели достаточного уровня образования или профессиональной квалификации (меритократические характеристики), а потому, что в пирамиде власти

советского типа они могли быть сосредоточены только на средних и нижних этапах эшелонов власти (административной, хозяйственной). Появляется "административный ресурс", без которого чаще всего просто нет смысла начинать избирательную кампанию. Иными словами, в вопросе квот приводит к автоматическому приписыванию "административного ресурса" к преимуществам и достоинствам кандидата, что подрывает саму идею меритократии и может подорвать демократизацию выборов в целом, независимо от пола кандидата.

Нет ничего плохого в приходе в новом витке исторического развития женщин - "выдвиженцев", ведь их закрепление в списках кандидатов — это не назначение во власть, а только начальный этап предвыборной гонки и необходимый этап в приобретении опыта конкурентной борьбы. Если женщины выдвиженцы будут непрофессиональными "гонщиками", они просто сами сойдут с дистанции.

Вопрос о квотах тем более актуален, что в свете нового избирательного законодательства смешанная избирательная система фактически сворачивается (выборы проводятся в основном по партийным спискам и в редких случаях в одномандатных округах). Независимые кандидаты становятся исключением из правила, и идущие по партийным спискам, составляют подавляющее большинство. Опять же, женщины составляют менее половины этого большинства, и лишь немногие из них возглавляют политические партии. Предыдущая практика показала, что им отводится место только в самом хвосте списков, а первые места часто покупаются за большие деньги. Таким образом, либеральный принцип меритократии вновь нарушается, поэтому квоты в списках мест для женщин и поэтапное размещение их имен в этих списках является прогрессивной мерой, частично ограничивающей торговое мошенничество в партиях. Конечно, никто не может гарантировать, что женщины-кандидаты с капиталом не будут платить за право быть ближе к началу списка, но закон, по крайней мере, обяжет включать и тех, у кого нет этих денег.

Стереотип 5. *При введении квот для женщин они будут заполнены женами, любовницами или дочерьми политиков, или бизнесменов.*

Не раз общество могло наблюдать, когда за женщиной, планирующей занять высокий пост в политической сфере, стоит состоявшийся мужчина, полностью оплачивающий избирательную кампанию.

В российской власти не редко встречается кумовство и семейственность, когда имеет, кто имеет сына(брата), пытается продвинуть сына, а кто имеет дочь (супругу, сестру), продвигает дочь. Однако в российской политике, эта родственная клановость находится за пределами гендерных различий.

Стереотип 6. *Женщины не голосуют за женщин.*

Автор статьи говорит, о том, что это и так, и не так и выделяет три предопределяющих момента.

1. Авторитет и ресурсы являются важным фактором для кандидата, чтобы за него голосовали. Если у кандидата нет известности в регионе или если за ним не стоит влиятельная команда, набрать большой процент голосов кандидат не сможет, т.е. пол здесь ни при чем.

2. Еще одной причиной для голосования за различных кандидатов, независимо от пола, будет является принадлежность кандидата к политическому движению/партии по принципу "свой – не свой", "своя – не своя".

3. В конце концов, немаловажен и уровень выборов. В случае если они касаются муниципальных органов власти, то тогда вероятность голосования за женщин значительно возрастает просто потому, что среднее число женщин-депутатов по стране составляет более половины.

Утверждения о том, что женщины-избиратели испытывают ревность и зависть к женщинам-кандидатам, отчасти и оправданы, но не являются преобладающим фактором в избирательном поведении женщин в целом. Другое дело, что неверие во властные силы женщин-политиков подпитывается традиционными взглядами общества на роль женщин, а также

резким ухудшением демографической ситуации в стране и ростом беспризорности. Все чаще звучат призывы к женщинам не забывать о своей "природной миссии".

Параллельно с этим же высказываются мнения о том, что активное вхождение и расширение участия женщин в политической жизни поспособствовало бы разработке наиболее эффективных демографических программ на региональном и национальном уровнях, способствующих преодолению демографического кризиса.

Стереотип 7. Женщины теряют свой женский облик в политике.

Стиль поведения женщины сталкивается с двойными стандартами, в отношении того, насколько женщина может проявлять качества «настоящего» политика. Среди качеств, что традиционно для мужчины хорошо, а для женщины плохо являются: упорство, твердость, требовательность, расчетливость, прагматичность.

Рассуждения о превращении женщин в «мужчин», всего-навсего просто способ запугать их и подавить волю к полноценному участию в политическом пространстве. Если депутат склонен к самоанализу и работе над собой в данной направленности, то никаких необратимых последствий для потери женщинами женственности в политике нет и быть не может.

Вместе с тем несколько зарубежных и российских исследований показывают, что наиболее эффективным политиком является тот, кто может сочетать в себе одновременно и мужские, и женские качества, т.е. сменять их в зависимости от ситуации и аудитории, с которой он работает.

Мужские стереотипы в политической борьбе

В стереотипном образе мужчины присутствуют качества, связанные с деятельностью и активностью. Из числа них отметим инициативность, решительность, настойчивость, потребность в достижении цели и в соревновании, жажду приключений, мужество, самообладание, уверенность в себе, способность вести бизнес. Кроме того, к "мужским" характеристикам

относятся, те, которые обычно связаны с позициями власти и управления. Это прежде всего стремление к лидерству, авторитет, сила, ответственность, объективность, умение принимать решения.

Маскулинность традиционно ассоциируется с публичной сферой — участием в жизни общества. Обратим внимание на то, что в перечисленных группах качеств стереотипный образ маскулинности в отличие от фемининности имеет более позитивную оценку.

Мужская стереотипная роль часто заключается в финансах, бизнесе. Он также должен быть напористым, конкурентоспособным, независимым, смелым и сфокусированным на карьере, сдерживать свои эмоции. Эти виды стереотипов могут оказаться вредными; они могут подавлять индивидуальное самовыражение и креативность, а также препятствовать личному и профессиональному росту.

Военный опыт политиков, связано с представлениями о неразрывной связи военной сферы маскулинности. Военная компетентность политика выступает одним из аргументов в обосновании его претензий на власть.

Одной из решающих причин той значимости, которая придается в репрезентациях политиков военному фактору, являются представления об его неразрывной связи с маскулинностью: армия относится к тем социальным институтам, в рамках которых, активно транслируются гендерные нормы и осуществляется маскулинное доминирование.

Т. Б. Рябова в своей книге «Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике» выделяет причины, почему политики репрезентуют себя с военной стороны [Рябова: С.133].

Во-первых, военная сфера — это определенное социальное пространство, где необходимо проявлять качества, включая силу, как физическую, так и силу воли, духа, стремление соревноваться и побеждать. Армия — влиятельный институт гендерной социализации. Быть солдатом — значит быть мужчиной, вести себя мужественно, и наоборот.

Во-вторых, функция защиты женщин и детей, традиционно является объяснением для необходимости разделение гендерных ролей, имеет решающее значение для оправдания войны, невозможность без готовности убивать других и жертвовать собственной жизнью.

В-третьих, стереотипные представления о мужественности и женственности непосредственно связано с милитаризацией маскулинности, и с отношением власти к данному вопросу, с установлением контроля со стороны государства. До самого XIX века во многих европейских стран, право на гражданство, которого были лишены женщины, но обладали мужчины, соответственно предполагало обязанность защищать родину.

Таким образом маскулинность военизировалась и политизировалась. Многие характеристики современной маскулинности были сформулированы в контексте неразрывной связи политики и войны. Атрибутами власти всегда были, сила и право применять насилие.

В-четвертых, военный опыт в разных странах в разные времена был и остается для мужчин каналом социальной мобильности, дорогой к политической власти, к достижению постов на государственной службе. В то же время стандарты мужественности часто вовлекаются в построение армии как социального института, в интерпретацию военных действий: военная служба и участие в военных действиях представлены как «дело настоящих мужчин». В свою очередь, война исторически играла решающую роль в определении того, что значит «быть мужчиной», образ настоящего мужчины соотносится с образом воина.

Сейчас наблюдается тенденция повышения престижа армии и военных, милитаризация российского политического дискурса становится еще более заметной. Представления о военной службе как о карьере «настоящих мужчинах» выступают прежде всего, как своего рода фон для такой военизации. Соотношение военной службы со стандартом мужественности влияет на гендерную идентичность мужчин и позволяет не только более эффективно набирать военнослужащих, но и связывать определенные

военные и политические действия с этим стандартом. Образ воина непосредственно напрямую связан с политикой, с властью, поэтому неудивительно, что даже сегодня военная компетентность является одним из аргументов в поддержку притязаний мужчин на власть.

Фактором военизации политического дискурса является репрезентация военного опыта политиков. Даже если у политика нет такого опыта, но он, по крайней мере, пытается проявить симпатию к армии, поддержку военнослужащих и уважение к военной службе. Когда биография политика включает службу в армии, это обычно отмечается в рекламе избирательных кампаний. Следует отметить, что иерархия типов вооруженных сил влияет на иерархизацию маскулинности: если политик служил в «героических» типах войск (например, в десантных, пограничных или ракетных войсках, на флоте), это особенно подчеркивается и акцентируется внимание. Кандидаты, которые служили офицерами в Вооруженных силах России, ФСБ, милиции или в «горячих точках», как правило, обращают на это внимание электората.

В заключение следует отметить, что участие женщин в выборах и их представительство в структурах власти, как необходимый компонент демократизации общества, но еще не подкреплен экономическими условиями и менталитетом населения. Женщины, выбравшие политическую карьеру, преодолевают огромное количество институциональных и культурных препятствий, препятствующих их вступлению в местный или федеральный парламент. Мониторинг этих барьеров и разработка стратегий по их преодолению должны оставаться областью постоянного внимания женщин-членов политических партий. Отсутствие быстрого прихода женщин к власти говорит скорее о политическом консерватизме и слабой демократизации всего российского общества, чем о слабости самих женщин.

Неоспоримые факты нашей жизни: коррупция власти и зависимость подавляющего большинства кандидатов в ходе избирательной кампании от административного ресурса; высокая зависимость бизнеса от власти и власти от бизнеса, отсутствие сознательного отношения к правам женщин у

депутатов страны, среди государственных чиновников и партийных лидеров; доминирование корпоративных интересов над общественными, общая агрессивность политической среды, фальсификация подписей избирателей и т. д., т. е. массовое использование грязных технологий и по гендерному принципу, и независимо от пола кандидата.

Ученые обсуждают, в какой степени гендерные стереотипы влияют на восприятие избирателей женщинами-кандидатами. Некоторые исследования утверждают, что гендерные стереотипы могут быть полезны, потому что они дают кандидатам-женщинам ауру сочувствия и сопереживания. В других исследованиях утверждается, что такие стереотипы заставляют избирателей полагать, что женщины-кандидаты были лишены важных мужских качеств, что избиратели всегда будут видеть женщин-кандидатов через призму гендерных стереотипов.

Что касается мужских гендерных стереотипов, то роль военного, силового фактора в формировании и поддержании мужского стереотипа является одним из главных и является одним из аргументов в обосновании его претензий на власть.

Помимо позитивного мужского стереотипа, в репрезентациях политиков используется и негативный, содержание которого составляют черты, отличные или противоположные чертам «настоящего мужчины». Демаскулинизация / феминизация противника - распространенный прием политической борьбы.

Примечания:

1. Малышева М.М. Гендерное наполнение политического пространства в России // Гендерные стереотипы в современной России / сост. И.Б. Назаров, Е.В. Лобза. – М.: МАКС Пресс, 2007. – С. 229-246.

2. Рябова Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: к постановке проблемы // Женщина в российском обществе. 2001. № 3/4. – С. 3-12.

3. Рябова, Т.Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике / Т.Б.Рябова. — Иваново: Иван. гос. ун-т, 2008. – 246 с.

4. Хасанова С. А. Стереотипы маскулинности и феминности в современном обществе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – Т. 20. – С. 1411–1415.

Глава II. Гендерные стереотипы как метод политической борьбы в период избирательных кампаний

В этой главе описывается методика исследования и проводится контент–анализ, исследование содержание гендерных стереотипов на основе материалов политической сферы современного российского общества, а именно через анализ публичных выступлений, заявлений, агитационных материалов кандидатов.

2.1 Эмпирическая база исследования и методика анализа

Источниками анализа проблемы существования гендерных стереотипов в политической борьбе послужили публичные выступления и официальные заявления политиков, их агитационные материалы в период электоральных кампаний. Для исследования использовались материалы в основном из газетных изданий и новостных порталов. Электоральный период выбран по той причине, что маскулинные и феминные маркировки кандидатов будут ярко конструироваться кандидатами именно в период борьбы за власть, и предполагают реальное влияние на формирование взглядов избирателей.

При анализе было важно изучить содержание гендерных стереотипов, а также, с какой целью и каким образом они используются в предвыборных СМИ. Смысловыми единицами анализа стали гендерные стереотипы, а единицами счета – упоминания кандидатов в контексте смысловых единиц. Хронологические рамки исследования ограничены периодами активной предвыборной кампании, начиная с регистрации кандидатов и заканчивая днем перед выборами.

Исследовательскими случаями стали публичные выступления и заявления политиков разных уровней власти. Объектами исследования являются – использование гендерных стереотипов политиками в период их участия в избирательных кампаниях.

Печатная, аудио- и видеoinформация, содержащая материалы для анализа по каждому из политиков, относится к периоду избирательных кампаний разных лет. Анализ предвыборной прессы российских избирательных кампаний последних 10 лет.

Маскулинные и фемининные стереотипные маркеры

Для начала выделим самые распространенные стереотипные маркеры, связанные с женщиной и используемые в политике.

Женские, «фемининные» характеристики — это эмоциональность, восприимчивость, внушаемость, чувствительность, легкая смена эмоциональных состояний, склонность к тревожности, жалобам, слезам, ранимость, истеричность, капризность. Баланс позитивной оценки смещается в пользу женственности. Женщине приписываются жертвенность, мягкосердечие, заботливость, дружелюбие, тактичность, вежливость, чувствительность к эмоциям другого, склонность к проявлению чувств, мягкость, нежность, ласка, застенчивость и скромность, любовь к детям.

- «мать, жена» - тенденция к привычному женскому образу, а роль полноценного индивидуума-деятеля уходит на дальний план. Фемининность традиционно связывается с приватной сферой — семьей, домом, воспитанием детей.

- «свой - чужой», женщины-политики попадают в категорию «чужие», срабатывает стереотип - «политика не женское дело»;

- «ты девочка, а девочки не дерутся»;

Теперь выделим самые распространенные стереотипные маркеры, связанные с маскулинностью и используемые в политике.

Мужские, «маскулинные» характеристики — это способность отделить рациональные доводы от эмоциональных, хладнокровие.

- «настоящий» мужчина – т.е. соотносится с мужественностью, уверенностью, ответственностью, надежностью, справедливостью, рациональностью;

- «начал действовать», «принял решение», «лидерство» «жесткость», «твердость», «стремление к победе», «атака», «защита», «тактика», «стратегия», «тыл» и им подобные интерпретированы в качестве маскулинного маркера;

- «ты мальчик, а мальчики не плачут».

В отличие от женщин политиков, мужчины политики, наоборот, чаще попадают в категорию «свой» - «свой человек», «свойский мужик».

Характеристики маскулинности и феминности, каждый может применяться, как в отношении мужчины кандидата, так и в отношении женщины. Например, для мужчины маскулинным стереотипом будет являться «настоящий мужчина», а феминным - «нытик», «слабак», «как девчонка» и т.д. Работают в одну и в другую сторону.

2.2 Анализ предвыборных кампаний российских политиков на наличие гендерных стереотипов

Приведем анализ содержания гендерных стереотипов, с помощью анализа публичных выступлений и заявлений кандидатов период их избирательных кампаний.

Гендерные стереотипы в предвыборных кампаниях женщин-политиков

Федеральный уровень власти

1. Собчак Ксения Анатольевна - телеведущая и журналистка, общественный деятель. Заняла четвертое место на президентских выборах 2018 года.

В октябре 2017 года Собчак выпустила публичное видеообращение [Эхо Москвы], в котором объявила о том, что готова баллотироваться в Президенты России. Политик заявила, что будет выступать в роли кандидата «против всех», в этом приеме просматривается качество присущие женщинам – самопожертвование. Многие отмечают нескромность и эмоциональность Ксении Анатольевны, что непосредственно относится к фемининным характеристикам. В речи часто идёт явная отсылка в мысли о том, что Ксения Анатольевна, как мать очень заботится о будущем сына «*А может случиться так, что, когда мой сын пойдет на выборы, в списках кандидатов будут по-прежнему ...*» [Эхо Москвы].

Собчак ни раз высказывалась в СМИ о гендерном неравенстве. По словам Ксении Анатольевны, она не принимает тот факт, что в России подавляющее большинство мужчин считает, что женщина не может быть президентом просто по половому признаку. Собчак утверждает, что России предстоит долгая борьба за равенство и равноправие: «*...Я хочу быть примером того, как надо отстаивать и бороться за свои права, примером того, как можно быть любящей женой и матерью, но на равных конкурировать со всеми, независимо от пола, ориентации и цвета кожи*» [7 Сестер]. — говорила Ксения Анатольевна.

2. *Серова Елена Олеговна* – депутат Государственной думы VII созыва с октября 2016 года. Женщина-космонавт, Герой России, обладая не женской профессией, для репрезентации себя кандидатом на выборах в 2016 году, привлекала маркеры с маскулинной характеристикой. Для увеличения шансов, для убедительности, что она имеет полное право на получение властных полномочий. Электорат мог воспринимать как: я хоть и женщина-политик, но характер стойкий.

«*Космонавты – люди достаточно универсальные*», - взыскалась Серова в интервью для Комсомольской правды в контексте программы «Госдума-2016: перезагрузка» [Комсомольская правда]. Елена Олеговна часто в интервью говорит, о том, что понятия «женщина-космонавт» не

существует, если претендент проходит курс подготовки и сдает все нормативы, то не имеет значения, какого он пола. По ее мнению, это относится и к политике: *«История повторяется: десять лет назад я прошла отбор в отряд космонавтов, и сейчас мне удалось войти в команду потенциальных кандидатов»* [Москвичка]. Женщина надеется, что так же стойко сможет прийти к новой поставленной цели.

Стереотип будет срабатывать на избирателей, потому как, раз Серова справилась с мужской профессией в космосе, значит она достойный кандидат, с таким же успехом она может занять пост депутата и стойко справляться с работой политика. Таким образом, она как будто пытается оправдать своё присутствие в мужской политике, используя свою профессию.

Региональный уровень власти

1. Орлова Светлана Юрьевна - губернатор Владимирской области (2013-2018), участвовала в выборах 2018 года, но проиграла во втором туре.

Основной лозунг в агитационных плакатах и газетах был «Земля, где хочется жить» [Приложение 1 с.47].

Губернатор записала обращение к избирателям перед вторым туром выборов. Демонстрирует образ сильного человека, кандидата способного заново занять место губернатора Владимирской области. Светлана Орлова признала ошибки и попросила поддержки у населения. *«Сильный человек должен не просто признавать свои ошибки, он должен уметь их исправлять. Вижу в этом свой долг»* [ПроВладимир].

Если в начале срока Орлову сравнивали с *«царицей»*, то теперь к окончанию срока действий полномочий на посту губернатора, все чаще называют *«Салтычихой»*, — предполагает один из знакомых Орловой. *«Потом, она же женщина-война, ей всегда надо находиться в состоянии конфликта с кем-нибудь»*. — добавляет он [Meduza].

Жители Владимирской области отзываются о Светлане Орловой в период избирательно кампании [Владимир-СМИ]:

- *«Она больше берёт на себя. Вроде бы я могучая, я хочу, я могу, и я сделаю, а люди остаются в стороне. Вот не хватает ей этого гармоничного союза. Хочет показать свои позиции»* [Владимир-СМИ].

- *«Напористая женщина-губернатор»* [Владимир-СМИ].

Образ Светланы Орловой в политики яркий пример того, когда население само приписывает маскулинные характеристики кандидату, но и сама Орлова пользуется качествами присущими традиционно мужчинам, для своей репрезентации.

Муниципальный уровень власти

1. *Сардана Владимировна Авксентьева* - российский государственный деятель, глава города Якутска с 17 сентября 2018 года.

Предвыборная программа [Без формата] Сарданы Владимировны направлена на комфортную среду для горожан и «Все решает человек», «Только от воли горожан зависит будущее Якутска». «Мой главный принцип-открытость», «Я добьюсь», «Я обеспечу», «Я гарантирую», «Я намерена», «Я иду в мэрию, чтобы повернуть ее лицом к горожанам и зову вас в помощники» [Приложение 2 с.48].

Сама Сардана Авксентьева во время предвыборной кампании не делала акцент на женских характеристиках, но и мужские маркеры явно не привлекала, а заняла некую универсальную позицию.

Но уже после избрания, на фоне ее активной деятельности на посту мэра, сами горожане Якутска стали называть ее «железная леди», «терминатор» [ОТР]. Тем самым приписывая ей различные маскулинные стереотипные маркеры.

Сардана Авксентьева кандидат непохожий, интересный случай в политике и ее образ тем и уникален, что она делает упор на своих реальных действиях, решениях. Нашла новые точки соприкосновения с гражданами

города, чтобы их услышать. Именно с помощью поступков, активной политической деятельностью смогла расположить к себе электорат Якутска, которому возможно уже приелись шаблонные кандидаты.

Гендерные стереотипы в предвыборных кампаниях мужчин-политиков

Федеральный уровень власти

1. Путин Владимир Владимирович - действующий президент

Российской Федерации, весной 2018 года переизбирался на четвертый срок. Лозунгом кандидата-самовыдвиженца Владимира Путина, являлся «Сильный президент – сильная Россия!» [Приложение 3 с.50].

Стереотипно мужские качества активнее всего приписывают президенту, для избирателей рисуется портрет решительного, волевого, сильного, уверенного, стоящего на своих позициях политика, не нуждающийся в особой рекламе и пиаре.

Употребление маркеров маскулинности в отношении политика является способом обоснования его притязания на власть. Чем более сильным и решительным кажется политик, тем больше ему верят избиратели. Лидер, мужественный, наделенный физической силой, стереотипно оценивается как имеющий политический вес и авторитет.

Отказ от участия в дебатах, в цирке, балагане, как часто называют дебаты в обществе - как еще один показатель игры по своим правилам.

Приведем несколько примеров из новостей, характеристик личности президента, в которые вовлекаются качества, составляющие стереотип мужчины:

- *«Президент России Владимир Путин держит на контроле ситуацию»* [Ведомости].

- *«Единственный серьезный человек. Никого водой не обливает. Счетов у него нет: его счет – Россия»* [Ведомости].

В период избирательной кампании чаще появляются в новостях заголовки «Путин знает, что делать» [ГОСНОВОСТИ], В. Путин «демонстрирует смелость», «управляет жестко», «решает проблему», «наносит удар», «проявляет решительность», «Путин показал, кто в доме хозяин» и др. с целью привлечение электората и повышение в избирательный период характерных стереотипных мужских качеств президенту, которые бы отвечали ожиданиям и запросам общества.

Популярный певец Николай Басков поддержал Путина и считает, что действующий лидер государства Путин здраво принимает решения и он *"точно знает, что делает"* [Народные новости].

Маркировкой мужественности выступают и публикации данных опросов о «мужчинах года», так, в течение нескольких лет подряд этим титулом удостаивали В. Путина. Последнее время Владимир Путин, занимает первые места во всех возможных рейтингах ведущих российских политиков.

Иногда объяснением мужественности политика для электората является связь политика с армией или силовыми структурами, его успехи в спорте: полковник, спортсмен, бывший разведчик, представитель силовых структур, летчик. Занимается мужскими хобби, например, рыбалкой.

19 января 2018 года после того, как Владимир Путин окунулся в крещенский прорубь, последовало массовое и продолжительное обсуждение его внешнего вида, он был в валенках и тулупе с голым торсом. Последовали реплики о его поступке: «Настоящий лидер», «Мужик», «у Путина даже мускул не дрогнул», «Настоящий мужчина» и др. [Комсомольская правда], [Новостной фронт], [РОСБАЛТ].

2. *Юрий Николаевич Швыткин* – военный, государственный и политический деятель. Депутат Государственной Думы РФ VII созыва.

Во время предвыборной кампании летом 2016 года, принимал участие в различных мероприятиях на военную тематику. Например, Юрий

Николаевич вручил почётные значки «Юнармии» первым юнармейцам Красноярского края.

Основными слоганами агитационной листовки Швыткина являлись: «Забота; Защита; Закон» [Приложение 4 с.51]. В листовках и газетах большая часть информации о политике относилась к боевой биографии, опыту службы.

Часто на публике появляется в военной форме с медалями, например, в день воздушно-десантных войск, принял участие в торжественном митинге у памятника войнам-интернационалистам в г. Красноярск, где дал интервью для канала Енисей «...преклоняемся перед их подвигом, и славим десант, нужно отметить, что это особый род войск, элита вооруженных сил России» [Енисей].

Юрий Швыткин, представляет своей военный опыт, проявляет симпатию к военной службе, поддерживает военнослужащих. В силу того, что основной сферой, где ярко проявляется маскулинность является армия, то политики охотно включают службу в рекламу избирательных кампаний.

Региональный уровень власти

1. Коновалов Валентин Олегович – Глава Республики Хакасия с ноября 2018 года. В своей агитационной программе [Хакасское отделение КПРФ], он выделяет 7 причин поддержать свою кандидатуру, в которых встречаются определённые характерные маскулинные качества: «Лидер, способный нести ответственность»; «Глава многодетной семьи»; «Честный и принципиальный человек»; «Человек с сильной волей, высокой работоспособностью и крепким здоровьем. Несмотря на любые препятствия и давление, добивается результата и идёт до конца» [Приложение 5 с.52].

По сравнению с предыдущим кандидатом у Коновалова нет опоры на военное прошлое, поэтому пользуется более общими маскулинными стереотипами.

Один их ярких примеров последних лет, как используется гендерный стереотип против политика, случился на Красноярском экономическом форуме в 2019 году с Валентином Коноваловым, когда с ним сфотографировались девушки, с надписями на футболках «Военком ждет» и «Не служил - не мужик», обвинив Главу Хакасии, что он не служил и ранее уклонялся от призыва в армию. Таким образом, демаскулинизация политика является указанием, на то, что он не соответствует гендерным стереотипным нормам в обществе.

2. *Собянин Сергей Семёнович* – повторно переизбрался на пост мэра Москвы в сентябре 2018 года. Предвыборными лозунгами [Ведомости] кандидата в мэры были: «Москва еще безопаснее», «Москва еще прекраснее», «Москва еще зеленее», «Главное-Москва», «Главные-Москвичи», «Москва еще душевнее», «Москва еще чище», с добавлением рядом «Сергей Собянин» [Приложение 6 с.53]. В различных интервью, в предвыборных роликах [Youtube], говорит, о любви к Москве, о благоустройстве, не делая акцент на своей персоне.

За период предвыборной кампании запускает вместе со своей командой масштабный проект, предвыборную программу «Мой район», для создания комфортной среды во всех районах Москвы. На его сайте [Собянин] открывается раздел «Наказы от жителей города», и он просит москвичей в соответствующих разделах оставлять свои наказы, которые планирует реализовать в ближайшие пять лет, пока он будет на посту мэра. Он стремится показать свою мобильность, современность, презентует себя никак глава города, а больше как сити-менеджер.

Предвыборная кампания Собянина, как раз пример гендерной нейтральности, пример преодоления гендерных стереотипов и маскулинные характеристики почти не выражаются. Он не делает упор на свои персональные качества, возможно это связано с тем, что его агитация распространяется на столичный электорат.

Проанализировав предвыборную прессу российских избирательных кампаний, можно заметить тенденцию к маскулинизации политиков, независимо от пола, если желают получить положительный политический образ и прийти к победе.

Наблюдается стремление политиков обоснования своих притязаний на власть, с помощью силовых структур, службе в армии. Если биография политика связан с военной сферой, это обязательно отмечается в агитационной рекламе входе избирательной кампании, т.к. характеристика данной сферы наиболее всего соответствует стандартам мужественности.

Гендерный стереотип переходит в образ политиков из-за того, что формировался в менталитете населения исторически, а также на основе ожиданий и устоявшихся классических образов политиков. Политики пользуются гендерными стереотипами с целью привлечение электората и повышение в избирательный период характерных стереотипных мужских качеств, которые бы отвечали ожиданиям и запросам общества.

Общественный запрос граждан, как раз направлен на то, что они хотят видеть у власти, в политики мужчин. Взгляд общества на роль мужчин и женщин в жизни тому подтверждение. Несколько лет назад аналитический центр [Левада-Центр], провёл исследование о гендерных ролях и стереотипах в общества. У населения спрашивали, что к 30 годам должен сделать мужчина и женщина? Исходя из полученных данных, на первых местах у мужчин: получить образование, вступить в брак, пройти службу в армии, сделать карьеру. У женщин на первых позициях: брак, завести детей, получить образование, научиться готовить, влюбиться и уже только на шестом месте построить карьеру. В 2018 аналитическим центром, был проведён еще один опрос о гендерных стереотипах и у граждан интересовались, что они больше всего ценят в мужчинах и женщинах. Умение зарабатывать у мужчин стоит на первых строчках, у женщин данное качество на самом последнем месте.

Таким образом можно сделать вывод, что общество не ждет от женщин серьезных достижений в карьере и тем более в политической сфере. И женщины-политики тем самым вынуждены использовать маскулинные маркеры, если желают построить политическую карьеру.

Использование гендерных стереотипов, как «двойная игра», избиратели используют для упрощения оценки политика, а политики в свою очередь, как раз для формирования этой оценки у общества и стереотипного маскулинного образа для дальнейшей победы на политической арене.

Характеристики маскулинности и феминности, каждый может применяться, как в отношении мужчины кандидата, так и в отношении женщины. Например, для мужчины маскулиным стереотипом будет являться «настоящий мужчина», а феминным - «нытик», «слабак», «как девчонка» и т.д. Работают в одну и в другую сторону.

Примечания:

1. Эхо Москвы. Я — кандидат «против всех». [Электронный ресурс]: <https://echo.msk.ru> (Дата обращения 2.05.2019).
2. Ковтун Б. Женщина — не машина по воспроизводству, чтобы ограничивать ее обязанности деторождением. 7 Сестер. [Электронный ресурс]: <http://7sisters.ru> (Дата обращения 2.05.2019).
3. Яковлев А. Карманов Р. «Госдума-2016: перезагрузка. Елена Серова. Новые лица российской политики». Комсомольская правда. [Электронный ресурс]: <https://www.krsk.kp.ru> (Дата обращения 4.05.2019).
4. Москвичка. Светит путеводная звезда. [Электронный ресурс]: <http://moscvichka.ru> (Дата обращения 4.05.2019).
5. Васильев К. Светлана Орлова признала ошибки и попросила поддержки у владимирцев. ПроВладимир. [Электронный ресурс]: <https://provladimir.ru> (Дата обращения 10.05.2019).
6. Уездный город. Подробная статья о причинах поражения Светланы Орловой. [Электронный ресурс]: <http://www.alexnews.info> (Дата обращения 10.05.2019).
7. Бекбулатова Т. Все вместе будем тонуть: как и почему единоросс Светлана Орлова проиграла выборы во Владимире «договорному кандидату». Медуза. [Электронный ресурс]: <https://meduza.io> (Дата обращения 10.05.2019).
8. Владимир-СМИ. Что думают владимирцы об обращении Орловой? [Электронный ресурс]: <https://vladimir-smi.ru> (Дата обращения 10.05.2019).
9. Без формата. Сардана Авксентьева и Владимир Федоров - Идеальная политическая пара. [Электронный ресурс]: <http://yakutsk.bezformata.com> (Дата обращения 22.05.2019).
10. ОТР. Сардана Авксентьева: Не слышать людей, не говорить с ними,

не предлагать что-то – зачем тогда избираться?! Чтобы сидеть, молчать и ничего не делать? [Электронный ресурс]: <https://otr-online.ru> (Дата обращения 23.05.2019).

11. Ведомости. Песков рассказал о подходе Путина к проблеме. [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru> (Дата обращения 24.05.2019).

12. Колесников А. Чистым на фоне фриков, трикстеров и подпольных миллионеров остается только один кандидат. Ведомости. [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru> (Дата обращения 24.05.2019).

13. Шабалдина Ю. Николай Басков стал доверенным лицом Владимира Путина. Народные новости. [Электронный ресурс]: <https://nation-news.ru> (Дата обращения 25.05.2019).

14. ГОСНОВОСТИ. Путин знает, что делать. [Электронный ресурс]: <http://gosnovosti.com> (Дата обращения 25.05.2019).

15. Смирнов Д. Путин окунулся в Крещенскую прорубь: Холодно? Нет, отлично! Комсомольская правда. [Электронный ресурс]: <https://www.yar.kp.ru> (Дата обращения 25.05.2019).

16. Хабиев Р. Иностранцы: Путин окунулся в крещенскую купель. Новостной фронт. [Электронный ресурс]: <https://news-front.info> (Дата обращения 25.05.2019).

17. РОСБАЛТ. Путин окунулся в крещенскую прорубь: реакция соцсетей. [Электронный ресурс]: <http://www.rosbalt.ru> (Дата обращения 25.06.2019).

18. Енисей. В России отмечают день Воздушно Десантных войск. [Электронный ресурс]: <https://www.enisey.tv>. (Дата обращения 27.05.2019).

19. Хакасское отделение КПРФ. Глава Хакасии должен быть избран народом, а не назначен Москвой. [Электронный ресурс]: <http://kprfkh.ru> (Дата обращения 27.05.2019).

20. Мухаметшина Е. Стали известны предвыборные лозунги Сергея

Собянина. Ведомости. [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru>. (Дата обращения 1.06.2019).

21. Youtube. Предвыборный ролик Сергея Собянина "Вместе мы Сделаем Москву лучше". [Электронный ресурс]: <https://www.youtube.com> (Дата обращения 1.06.2019).

22. Сайт Сергея Собянина. [Электронный ресурс]: <https://www.sobyanin.ru> (Дата обращения 1.06.2019).

23. Левада-Центр. 30-летний рубеж: гендерные роли и стереотипы. [Электронный ресурс]: <http://www.levada.ru> (Дата обращения 1.06.2019).

Заключение

Гендерные стереотипы - это представления о чертах, ролях и поведении, подходящих для женщин и мужчин. Женские стереотипы характеризуют женщин, как более заботливых, сострадательных и эмоциональных, чем их коллеги-мужчины, которых обычно считают жесткими, напористыми и решительными. В политике мужские стереотипы могут быть источником преимуществ, потому что они соответствуют давним ожиданиям популярных политических лидеров, в то время, как женские стереотипы противоречат этим ожиданиям.

В первой главе мы решили следующие задачи, которые ставили перед собой во введение: типологизировали основные теоретико-методологические подходы к исследованию гендерных стереотипов, выявили следующие функции: когнитивная, ценностная-защитная, функция социального контроля, интегративная и др. Определили свойства и содержания гендерных стереотипов: носят эмоционально-оценочный характер, устойчивые и стабильны, свойственна высокая степень единства представлений и нормативны. Описали основные мужские и женские гендерные стереотипы в политике, например, женщины теряют женский облик приходя в политику, а основной мужской гендерный стереотип связан с неразрывным представлением связи военной сферы с маскулинностью.

Стереотипизации подвергается круг социальных ролей мужчин и женщин. Маскулинность традиционно связывается с публичной сферой, с участием в жизни общества, фемининность — с приватной (семья, дом, воспитание детей, быт). Мужчина воспринимается, в первую очередь, как работник и гражданин, а женщина — как жена и мать.

Определённым проводником для гендерных стереотипов являются политические и социальные институты: семья, образование, государство, СМИ. Последний из перечисленных институтов в современном мире

является одним из самых влиятельных, в первую очередь ТВ – транслирующие информацию о гендерных ролях в обществе.

Во второй главе после определения маркеров для анализа, проанализировали объекты стереотипизации, т.е. исследовали влияние гендерных стереотипов на мужчин и женщин в политической сфере общества. Для исследование гендерных стереотипов было выбрано несколько политиков разных уровней власти, женщин: Собчак К. А, Серова Е.О, Орлова С. Ю, Авксентьева С.В и мужчин: Путин В. В, Швыткин Ю.Н, Коновалов В.О, Собянин С.С.

Методом контент-анализа проанализировали публичные выступления, заявления и программы кандидатов и выявили основные гендерные стереотипы, используемые как инструмент политической борьбы во время избирательных кампаний.

Проанализировав предвыборную прессу российских избирательных кампаний, можно заметить тенденцию к маскулинизации политиков, независимо от пола, если желают получить положительный политический образ и прийти к победе. Гендерный стереотип переходит в образ политиков из-за того, что формировался в менталитете населения исторически, а также на основе ожиданий и устоявшихся классических образах политиков. Политики пользуются гендерными стереотипами с целью привлечение электората и повышение в избирательный период характерных стереотипных мужских качеств, которые бы отвечали ожиданиям и запросам общества.

Помимо позитивного мужского стереотипа, в репрезентациях политиков используется и негативный, содержание которого составляют черты, отличные или противоположные чертам «настоящего мужчины». Демаскулинизация / феминизация противника - распространенный прием политической борьбы.

Для соперников используют маркеры женские или демаскулинные. В силу такой тенденции, что традиционно вся политическая сфера маркируется как мужская, все чаще происходит вовлечение маркеров маскулинности в

характеристику женщин-политиков, для преодоления в отношении своей кандидатуры негативной стереотипизации. Гендерные стереотипы используется избирателями, для оценки политиков, а политики в свою очередь, используют для своей репрезентации с целью прихода к власти.

Общество не ждет от женщин серьезных достижений в карьере и тем более в политической сфере. И женщины-политики тем самым вынуждены использовать маскулинные маркеры, если желают построить политическую карьеру.

Употребление маркеров маскулинности в отношении политика является способом обоснования его притязания на власть. Чем более сильным и решительным кажется политик, тем больше ему верят избиратели. Лидер, мужественный, наделенный физической силой, стереотипно оценивается как имеющий политический вес и авторитет.

Характеристики маскулинности и феминности, каждый может применяться, как в отношении мужчины кандидата, так и в отношении женщины. Например, для мужчины маскулиным стереотипом будет являться «настоящий мужчина», а феминным - «нытик», «слабак», «как девчонка» и т.д. Работают в одну и в другую сторону

Также наблюдается стремление политиков обоснования своих притязаний на власть, с помощью силовых структур, службе в армии. Если биография политика связан с военной сферой, это обязательно отмечается в агитационной рекламе входе избирательной кампании, т.к. характеристика данной сферы наиболее всего соответствует стандартам мужественности.

Основная функция гендерных стереотипов в политической сфере, является формирование властных отношений. Поскольку власть исторически связана с мужским, то особенно ярко гендерные неравенство проявляется в политической сфере, чем в остальных. И маскулинность в системе власти цениться гораздо выше, чем феминность.

Гендерные стереотипы, часто служат причиной делегитимации женщин и женственности в политической сфере общества и, тем самым,

причиной социального неравенства в обществе в целом. Господствующие в социально-политическом пространстве стереотипы мешают полноценному вовлечению женщин в политику.

Библиографический список

Литература

1. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа // Гендерные исследования. - 2000. – № 5. – С.261-273.
2. Айвазова С. Г. Русские женщины в лабиринте равноправия (Очерки политической теории и истории. Документальные материалы). М., РИК Русанова, 1998. – 405 с.
3. Айвазова С., Кертман Г. Мужчины и женщины на выборах. Гендерный анализ избирательных кампаний 1999 и 2000 гг. в России. М., 2000. – 68 с.
4. Айвазова С. Г. Российские выборы: гендерное прочтение. М.: Консорциум женских неправительственных объединений; Институт социологии РАН, 2008. – 177 с.
5. Бурганова Л. А. Гендерные стереотипы в управлении (анализ дискурсивных технологий СМИ) / Л. А. Бурганова, К. Н. Ахмадеева // Власть. - 2010. – № 3. – С. 65-69.
6. Гаспарян С. К., Князян А. Т. Гендерные стереотипы в политической сфере современного общества // Филология и культура. 2017. – № 2 (48). – С. 43-49.
7. Гафизова Н.Б. Роль средств массовой информации в формировании и поддержании традиционных ролей мужчин и женщин // Практикум по гендерной психологии / Под ред. И.С. Клециной. - СПб., 2003. – С.113-118.
8. Гендерный подход в деятельности государственных и муниципальных служащих: Учеб. пособие / Под ред. О. А. Хасбулатовой. Иваново, 2007. – 150 с.
9. Захарова О. В. Трансформация гендерных стереотипов политического доминирования в среде современных горожан / О.

В. Захарова // Вестник Иркутского Государственного Технического Университета. - 2011. – № 7. – С. 214-217.

10. Егорова, Л. С., Степанова С. М. Тендерные стереотипы в управлении / Л.С. Егорова, С.М. Степанова. Иваново, 2004.

11. Константинова В. Гендер и политика: Механизм продвижения женщин на высокие посты в общественной жизни. М., 1997. – 149 с.

12. Котлова Т. Б., Рябова Т. Б. Библиографический обзор исследований по проблемам гендерных стереотипов // Женщина в российском обществе. 2001. – № 3/4. – С. 25-38.

13. Ломова Т. Е. Стереотипы в гендерных установках современной российской молодежи / Т.Е. Ломова. Дис. к. культурол. н. — Владивосток. 2004. – 26 с.

14. Малышева М.М. Гендерное наполнение политического пространства в России // Гендерные стереотипы в современной России / сост. И.Б. Назаров, Е.В. Лобза. – М.: МАКС Пресс, 2007. – С. 229-246.

15. Марченко Т. А. Женщины в элите России (начало 1990-х г.) // Гендерная реконструкция политических систем. - СПб., – 2004. – С.524-540.

16. Попкова Л. Н. Стратегии женского политического участия (на примере выборов 1999 года в г. Самаре) // Гендерная реконструкция политических систем. СПб.: ИСПГ-Алетейя, 2003. – 99 с.

17. Рябов О.В., Смирнова А.В. Гендерные стереотипы и образ родины в массовом сознании советского общества // Гендерные отношения в России: история, современное состояние, перспективы: Материалы междунар. науч. конф. Иваново, 1999. – С. 25-38.

18. Рябова Т.Б. Маскулинность в российском политическом дискурсе: история и современность // Женщина в российском обществе. 2000. – № 4. – С.19-26.

19. Рябова Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: к постановке проблемы // Женщина в российском обществе. 2001. – № 3/4. – С.3-12.

20. Рябова Т. Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // 2003. – Вып. № 1/2 (15/16). – С. 120-139.
21. Рябова Т. Б. Мужественность и женственность в политическом дискурсе современного российского общества // Гендерные исследования. 2004. – № 11. С. – 207-226.
22. Рябова, Т.Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике / Т.Б.Рябова. — Иваново: Иван. гос. ун-т, 2008. 246 с.
23. Рябова, Т. Б. Гендерные стереотипы как фактор оценки субъектов политического процесса / Т. Б. Рябова // Женщина в российском обществе. — 2008. — № 2. — С. 44-52.
24. Рябова Т.Б., Рябов О.В. «Настоящий мужик»: о гендерном измерении символической политики // Женщина в российском обществе. 2011. № 3. С. 48-63.
25. Рябова Т. Б., Цалко Е. О. «Русский мужик»: о роли гендерных маркеров в национальной идентификации // Europe — Russia: Contexts / Discourses / Images / I. Novikova (Ed.). Riga : LU DZSC-LEVIRA, 2011. С. 206-220.
26. Синельников А. С. В ожидании референта: маскулинность, феминность и политика гендерных репрезентаций // Женщина. Гендер. Культура. М., 1999. 272 с.
27. Скорнякова С. С. Гендерные стереотипы в средствах массовой коммуникации // Актуальные проблемы теории коммуникации. СПб., 2004.
28. Ушакова В. Г. Гендер и политика. // Женщина в российском обществе. 2007. – № 2. – С.13-26.
29. Хасанова С. А. Стереотипы маскулинности и феминности в современном обществе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – Т. 20. – С. 1411–1415.
30. Хасбулатова О. А. Гендерные стереотипы в политической культуре: Специфика российского опыта // Женщина в российском обществе. 2001. – № 3/4. – С. 17-24.

31. Хасбулатова О. А. Российская гендерная политика в XX столетии: мифы и реалии. Иваново, 2005. 372 с.

32. Шведова Н. А. Гендерный подход как фактор политической культуры // Гендерный калейдоскоп. Курс лекций / (Под общей редакцией д-ра эконом. наук М. М. Малышевой. М.: Academia, 2001. – С. 271-290.

Электронные ресурсы

1. Без формата. Сардана Авксентьева и Владимир Федоров — Идеальная политическая пара. [Электронный ресурс]: <http://yakutsk.bezformata.com> (Дата обращения 22.05.2019).

2. Бекбулатова Т. Все вместе будем тонуть: как и почему единокорсс Светлана Орлова проиграла выборы во Владимире «договорному кандидату». Медуза. [Электронный ресурс]: <https://meduza.io> (Дата обращения 10.05.2019).

3. Васильев К. Светлана Орлова признала ошибки и попросила поддержки у владимирцев. ПроВладимир. [Электронный ресурс]: <https://provladimir.ru> (Дата обращения 10.05.2019).

4. Ведомости. Песков рассказал о подходе Путина к проблеме. [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru> (Дата обращения 24.05.2019).

5. Владимир-СМИ. Что думают владимирцы об обращении Орловой? [Электронный ресурс]: <https://vladimir-smi.ru> (Дата обращения 10.05.2019).

6. ГОСНОВОСТИ. Путин знает, что делать. [Электронный ресурс]: <http://gosnovosti.com> (Дата обращения 25.05.2019).

7. Енисей. В России отмечают день Воздушно Десантных войск. [Электронный ресурс]: <https://www.enisey.tv>. (Дата обращения 27.05.2019).

8. Ковтун Б. Женщина — не машина по воспроизводству, чтобы ограничивать ее обязанности деторождением. 7 Сестер. [Электронный ресурс]: <http://7sisters.ru> (Дата обращения 2.05.2019).

9. Колесников А. Чистым на фоне фриков, трикстеров и подпольных

миллионеров остается только один кандидат. Ведомости. [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru> (Дата обращения 24.05.2019).

10. Левада-Центр. 30-летний рубеж: гендерные роли и стереотипы. [Электронный ресурс]: <http://www.levada.ru> (Дата обращения 1.06.2019).

1. Левада-Центр. Гендерные стереотипы. [Электронный ресурс]: <http://www.levada.ru> (Дата обращения 1.06.2019).

2. Москвичка. Светит путеводная звезда. [Электронный ресурс]: <http://moscvichka.ru> (Дата обращения 4.05.2019).

3. Мухаметшина Е. Стали известны предвыборные лозунги Сергея Собянина. Ведомости. [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru>. (Дата обращения 1.06.2019).

4. ОТР. Сардана Авксентьева: Не слышать людей, не говорить с ними, не предлагать что-то – зачем тогда избираться?! Чтобы сидеть, молчать и ничего не делать? [Электронный ресурс]: <https://otr-online.ru> (Дата обращения 23.05.2019).

5. РОСБАЛТ. Путин окунулся в крещенскую прорубь: реакция соцсетей. [Электронный ресурс]: <http://www.rosbalt.ru> (Дата обращения 25.06.2019).

6. Сайт Сергея Собянина. [Электронный ресурс]: <https://www.sobyarin.ru> (Дата обращения 1.06.2019)

7. Смирнов Д. Путин окунулся в Крещенскую прорубь: Холодно? Нет, отлично! Комсомольская правда. [Электронный ресурс]: <https://www.yar.kp.ru> (Дата обращения 25.05.2019).

8. Уездный город. Подробная статья о причинах поражения Светланы Орловой. [Электронный ресурс]: <http://www.alexnews.info> (Дата обращения 10.05.2019).

9. Хабиев Р. Иностранцы: Путин окунулся в крещенскую купель. Новостной фронт. [Электронный ресурс]: <https://news-front.info> (Дата обращения 25.05.2019).

10. Хакасское отделение КПРФ. Глава Хакасии должен быть избран

народом, а не назначен Москвой. [Электронный ресурс]: <http://kprfkh.ru> (Дата обращения 27.05.2019).

11.Шабалдина Ю. Николай Басков стал доверенным лицом Владимира Путина. Народные новости. [Электронный ресурс]: «<https://nation-news.ru> (Дата обращения 25.05.2019).

12.Эхо Москвы. Я — кандидат «против всех». [Электронный ресурс]: <https://echo.msk.ru> (Дата обращения 2.05.2019).

13.Яковлев А. Карманов Р. «Госдума-2016: перезагрузка. Елена Серова. Новые лица российской политики». Комсомольская правда. [Электронный ресурс]: <https://www.krsk.kp.ru> (Дата обращения 4.05.2019).

14.Youtube. Предвыборный ролик Сергея Собянина "Вместе мы Сделаем Москву лучше". [Электронный ресурс]: <https://www.youtube.com> (Дата обращения 1.06.2019).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

1. Агитационный баннер кандидата на пост губернатора Владимирской области Светланы Орловой.



2. Агитационная газета кандидата на пост губернатора Владимирской области Светланы Орловой.



Приложение 2

1. Предвыборная программа кандидата в мэры Якутска Сарданы Владимировны Авксентьевой



ЯКУТСК

Якутск – крупнейший город, расположенный на вечной мерзлоте. Город с почти четырехсотлетней историей, со своими достижениями и проблемами. Здесь проживает почти треть населения республики и работает около 40% всего малого и среднего бизнеса Якутии. Это культурный, административный и образовательный центр республики.

При этом – из-за несправедливого распределения налогов – бюджет города составляет менее 10% бюджета всей Якутии: 14,8 млрд. рублей против 188,6 млрд. Чтобы город жил и развивался, нам нужна ответственная и сильная мэрия. Мэрия, нетерпимая к любым проявлениям коррупции, не замешанная в кумовстве и местничестве, способная работать открыто и честно, эффективно использующая каждый рубль из муниципальной казны.

Я, Сардана Авксентьева, знаю, как дать городу такую мэрию. Можете узнать и вы, ознакомившись с **моей программой**.



9 СЕНТЯБРЯ
Выборы главы МО город Якутск

Приложение 3

Агитационный баннер кандидата на пост Президента В.В Путина



Приложение 4

Агитационная листовка кандидата на пост депутата Государственной Думы РФ VII созыва Юрия Швыткина.



Агитационная листовка кандидата на пост Главы Хакасии, Валентина Коновалова¹

7 ПРИЧИН ГОЛОСОВАТЬ ЗА ВАЛЕНТИНА КОНОВАЛОВА

- 1.** Народный лидер, которому доверяют. 9 сентября победил на выборах главы Хакасии, получив поддержку 45% избирателей.
- 2.** Квалифицированный юрист с большим опытом правозащитной деятельности. Более десяти лет помогает жителям республики, с 2013 года - в качестве депутата горсовета Абакана.
- 3.** Лидер, способный нести ответственность. Возглавил народный протест против Зимина и вынудил его отказаться от власти в Хакасии. Руководитель отделения партии. Глава многодетной семьи.
- 4.** Кандидат с сильной командой, готовый сформировать правительство народного доверия. Большинство депутатов в новом составе Верховного Совета Хакасии - его союзники.
- 5.** Честный и принципиальный человек с хорошей репутацией, независимый от любых коммерческих структур. Ориентирован на работу в интересах республики и её жителей.
- 6.** Кандидат с конкретной программой действий. Способен вывести Хакасию из кризиса, заставив энергетические, алюминиевые и угольные корпорации вкладываться в развитие региона.
- 7.** Человек с сильной волей, высокой работоспособностью и крепким здоровьем. Несмотря на любые препятствия и давление, **добивается результата и идёт до конца.**

**ЗА НАСТОЯЩЕГО НАРОДНОГО
ГЛАВУ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ**

¹ <http://kprfkh.ru/wp-content/uploads/3-11-18.pdf> «Глава Хакасии должен быть избран народом, а не назначен Москвой»

Приложение 6

Агитационные листовки кандидата на пост Мэра Москвы, Сергея Собянина.

