

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по образованию
ГОУ ВПО «Ивановский государственный университет»

Т. Б. Рябова

**ПОЛ ВЛАСТИ:
ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ
ПОЛИТИКЕ**

Иваново
Издательство «Ивановский государственный университет»
2008

ББК 60.542.21+60.542.22+60.524.225

Р 982

Рябова, Т. Б.

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

Анализируется роль гендерных стереотипов в политических процессах современной России. Каким образом политика наделяется полом? Как репрезентации мужественности и женственности становятся аргументом в борьбе за власть? Кого и почему считают самыми мужественными политиками России? Какое воздействие стереотипные представления о мужчинах и женщинах оказывают на рейтинг политических партий? Каким образом гендерные стереотипы используются для делегитимации политических противников? Как политический дискурс, в свою очередь, воспроизводит социальное неравенство в сфере гендерных отношений? Ответам на эти вопросы посвящена книга.

Предназначено социологам, политологам, психологам, политтехнологам, имиджмейкерам, культурологам, историкам.

Исследование выполнено при поддержке Фонда Дж. Д. и К. Т. МакАртуров (грант по программе индивидуальных исследовательских проектов № 04-81330-000-GSS).

Подготовлено при содействии Российского центра гендерных исследований и Центра этнических и национальных исследований Ивановского государственного университета.

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Ивановского государственного университета*

Рецензенты:

кафедра общей социологии и социальной работы факультета социальных наук
Нижегородского государственного университета
(зав. кафедрой доктор исторических наук, профессор **З. Х. Саралиева**)

доктор политических наук, главный научный сотрудник института социологии РАН
С. Г. Айвазова

ISBN 978-5-7807-0730-1

© Рябова Т. Б., 2008

© ГОУ ВПО «Ивановский

государственный университет, 2008

ВВЕДЕНИЕ

Власть — один из самых изучаемых и, тем не менее, самых загадочных феноменов человеческого бытия. Являясь в разнообразных обликах, она каждый раз мобилизует все новые и новые ресурсы. Наша книга посвящена такому ресурсу власти, как гендерные стереотипы. Этот ресурс не предполагает открытого насилия, но остается эффективной формой социального контроля, активно вовлекаясь в политические баталии. Изучение воздействия гендерных стереотипов на основные процессы политической жизни (борьбу за власть и ее легитимацию, политическую мобилизацию, информационную политику, политические технологии, электоральное поведение и др.), равно как и обратного влияния политики на воспроизводство и корректировку гендерного порядка, является важной задачей социологии.

«Гендер и политическая власть» — различные аспекты этой проблемы давно и плодотворно изучаются отечественными и зарубежными авторами как применительно к современной российской и западной политике, так и в историческом измерении (работы С. Г. Айвазовой, О. А. Ворониной, Г. Л. Кертмана, Н. В. Досиной, Е. В. Кочкиной, А. А. Темкиной,

З. Х. Саралиевой, А. Ф. Татарченко, О. А. Хасбулатовой, Н. А. Шведовой, К. Ф. Кан, М. Конвэй, С. Толлесон-Райнхарт, Дж. Джозефсон и других¹).

Очевидно, что причины, влияющие на статус женщин в политике, не сводятся к экономическим или правовым; многое определяется культурными факторами (например, ценностями и нормами), которые тем более эффективны, что воспринимаются как само собой разумеющееся. Исследование гендерных стереотипов в контексте политических процессов позволит ответить на вопрос, каким образом политика «наделяется полом», как идея о том, что политикой должны заниматься только мужчины, начинает выглядеть в глазах многих естественной и бесспорной.

Важные аспекты этой темы — влияние гендерных представлений на восприятие избирателями политиков, мужчин и женщин, на репрезентации политиков в прессе, роль гендерного дискурса в политике — уже анализируются

¹ См., напр.: Айвазова С., Кертман Г. Мы выбираем, нас выбирают: Гендерный анализ парламентских и президентских выборов 2003—2004 годов в России. М., 2004; Воронина О. А. Феминизм и гендерное равенство. М., 2004; Здравомыслова Е. А., Темкина А. А. Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период: Сб. науч. ст. СПб., 1996; Саралиева З. М., Татарченко А. Ф., Балабанов С. С. Женщины и политика // Женщины в зеркале социологии: Межвуз. сб. науч. ст. / Под ред. О. А. Хасбулатовой. Иваново, 1997; Хасбулатова О. А. Государственная политика и женское движение в России (1900—2000 гг.). Иваново, 2001; Гендерная реконструкция политических систем / Под ред. Н. М. Степановой, М. М. Кириченко, Е. В. Кочкиной. СПб., 2003; Kahn K. F. Political Consequences of Being Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns. New York, 1996; Gender and American Politics: Women, Men and Political Process / S. Tolleson-Rinehart, J. J. Josephson (Eds). New York; London, 2000; Women, Media, and Politics / P. Norris (Ed.). New York, 1997; Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics / S. J. Carroll, R. L. Fox (Eds). Cambridge; New York, 2006; Representing Women in Parliament: A Comparative Study / M. Sawer, M. Tremblay, L. Trimble (Eds). London; New York, 2006.

лись учеными². Однако наше исследование не только об этом. Его цель — показать, как гендерные стереотипы, репрезентации мужественности и женственности включаются в политическую борьбу, оказывая влияние на победы и поражения отдельных политиков и политических партий.

Несколько слов о структуре книги. В первой главе рассматриваются теоретико-методологические вопросы исследования, выявляются содержание, свойства и функции социальных стереотипов и специфика стереотипов гендерных, равно как и роль последних в отношениях власти и подчинения. Вторая и третья главы посвящены гендерным стереотипам в современной российской политике. Их задача — анализ круга проблем, которые можно проиллюстрировать двумя популярными и весьма показательными для гендерного измерения политики высказываниями: «Политика — не женское дело», «Политика — дело настоящих мужчин».

Почему политические партии стараются представить своих лидеров «настоящими мужчинами»? Какое место во власти отводится женственности? Каким образом и почему происходит гендерная маркировка политических партий российскими избирателями? Каковы закономерности эксплуатации гендерных стереотипов в репрезентациях Своих и Чужих? Как гендерные стереотипы используются различными политическими идеологиями в легитимации/делегитимации власти? Лишь ответив на эти вопросы, мы можем понять, каким образом гендерные стереотипы обуславливают «пол политического» и «пол власти».

² *Sreberny A., van Zoonen L.* Gender, Politics, and Communication: Introduction // *Gender, Politics, and Communication*. Hampton (N. J.), 2000; *Wahl-Jorgensen K.* Constructing Masculinities in US Presidential Campaigns: The Case of 1992 // *Ibid.*; *Cohn C.* Wars, Wimps, and Women: Talking Gender and Thinking War // *Gendering War Talk* / M. Cooke, A. Woollacott (Eds). Princeton, 1993; *Kahn K. F.* Op. cit. На российском материале см.: *Хасбулатова О. А.* Гендерные стереотипы в политической культуре: Специфика российского опыта // *Женщина в российском обществе*. 2001. № 3/4; *Ярская-Смирнова Е. Р.* Социальная политика и гендер в риторике предвыборной борьбы // *Социс*. 2002. № 11.

В заключение хотелось бы поблагодарить тех, чья помощь и поддержка, интеллектуальные и душевные качества были особенно значимыми в процессе работы над данной темой: С. Г. Айвазову, В. Н. Аргунову, Н. Б. Гафизову, А. А. Морозова, В. Н. Пушину, Н. Л. Пушкареву, Н. В. Ревякину, О. В. Рябова, И. Л. Савкину, З. Х. Саралиеву, А. В. Смирнову, О. А. Хасбулатову, Льюиса Бэгби, Шона Баннинга, Кэтрин Дженсен, Дениз Ивкович, Джейн Гэри Харрис, Линнеа Эллисон, а также коллег из Российского центра гендерных исследований и Центра этнических и национальных исследований Ивановского государственного университета. Отдельная благодарность — Фонду Дж. Д. и К. Т. МакАртуров, финансовая поддержка которого помогла нам в работе над рукописью.

Глава 1

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК РЕСУРС ВЛАСТИ

Он русский, и это многое объясняет.

*Из фильма Н. Михалкова
«Сибирский цирюльник»*

Человек, характеризуя окружающую социальную реальность и выстраивая собственную картину мира, пользуется множеством стереотипных суждений. Существуют устойчивые представления о том, какие черты отличают, скажем, москвичей, стариков, футбольных болельщиков, артистов, олигархов. На основании этой информации человек прогнозирует социальное поведение членов группы, объясняет, почему они ведут себя так или иначе, и, в свою очередь, планирует характер взаимодействия с ними.

По сути, пониманием стереотипа как восприятия кого-либо в категориях группового членства¹ единодушие исследователей социальной стереотипизации ограничивается. Круг дискуссионных вопросов широк. В какой степени мож-

¹ См., напр.: *Stroebe W., Insko C. A. Stereotype, Prejudice, and Discrimination: Changing Conceptions in Theory and Research // Stereotyping and Prejudice: Changing Conceptions / D. Bar-Tal, C. F. Graumann, A. W. Kruglanski, W. Stroebe (Eds). New York, 1989. P. 5; Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C. Stereotyping and Social Reality. Oxford, 1994. P. 1; Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. New York, 2004. P. 25; Hinton P. R. Stereotypes, Cognition, and Culture. London, 2000. P. 26.*

но говорить о соответствии стереотипных представлений истине (и можно ли вообще)? Какова специфика механизмов различных видов стереотипизации — скажем гендерной и этнической, профессиональной и возрастной (например, стереотипизация мужчинами женщин и стереотипизация русскими мексиканцев, очевидно, не может идти полностью по одному сценарию, поскольку различаются и уровень знаний об объекте стереотипизации, и степень контакта между группами, и значимость для человека этих двух видов принадлежности/идентичности)? Как влияют друг на друга различные виды стереотипов и как в связи с этим соотносятся между собой, например, стереотипы женщины, женщины-адвоката, русской женщины-адвоката)? Почему одни группы стереотипизируются в большей степени, чем другие? Наконец, кто является субъектом стереотипизации — личность или социальная группа?

Гендерные стереотипы, которым посвящено наше исследование в первую очередь, относятся к числу наиболее значимых для человека. Д. Шнайдер, один из крупнейших современных исследователей стереотипов, выделяет «большую тройку» социальных стереотипов, куда помимо гендерных помещает также возрастные и расовые/этнические². Они содержат гораздо больше информации, чем другие (например, стереотипы «нового русского», ковбоя, провинциала и т. п., в которых акцентируются лишь отдельные атрибуты социальной группы), и при этом выступают фактором, оказывающим влияние на социальную иерархизацию, очевидно, в большинстве культур.

В этой главе речь пойдет об основных закономерностях гендерной стереотипизации. Какова академическая традиция интерпретации природы стереотипов? Каковы содержание, функции и свойства гендерных стереотипов? Какое влияние они оказывают на гендерный порядок и социальные отношения в целом? Каким образом они становятся ресурсом власти и средством социального контроля?

² *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 437.*

1.1. Социальные стереотипы: основные методологические подходы исследования

Работа американского журналиста У. Липпмана «Общественное мнение» (1922) заняла свое место в истории социологии в значительной степени благодаря тому, что в ней был введен в научный оборот термин «стереотип». У. Липпман понимал под стереотипами создаваемые культурой образы людей из других групп, которые призваны объяснить их поведение и дать ему оценку; при этом он трактовал стереотипы как избирательный и неточный способ восприятия действительности, ведущий к ее упрощению и порождающий предрассудки. Вместе с тем, подчеркивал У. Липпман, стереотипизация неизбежна: стереотип выступает объективной функцией взаимодействия человека и окружающей его действительности, проекцией на мир его собственных чувств и ценностей. Чтобы путешествовать по миру, необходимо иметь его карты. Стереотипы и являются подобными картами социальной реальности, объясняющими людям маршрут³. Другой яркий образ, предложенный У. Липпманом, — «картинки в головах», спасающие человека от сложности окружающего мира, — впоследствии часто использовался как краткое определение стереотипов⁴.

С тех пор вышло более 5 000 работ, посвященных стереотипизации⁵. Для того чтобы охарактеризовать предметное поле изучения стереотипов, обозначить ведущие тенденции развития данной области знания, выделить этапные исследования, необходимо типологизировать основные

³ *Lippman W.* Public Opinion. New York, 1922. P. 10—11, 60. Заметим, что сам термин «стереотип» пришел из типографской лексики, в которой он использовался еще в конце XVIII в., обозначая форму для печати оттисков (см.: *Stroebe W., Insko C. A.* Op. cit. P. 3).

⁴ См.: *Schneider D. J.* Modern Stereotype Research: Unfinished Business // Stereotypes and Stereotyping / C. N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (Eds). New York; London, 1996. P. 419; *Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C.* Op. cit. P. 3.

⁵ *Schneider D. J.* The Psychology of Stereotyping. P. 14.

методологические подходы. Прежде всего отметим, что задача построения непротиворечивой классификации сталкивается с той проблемой, что большинство авторов не претендуют на создание всеобъемлющих теорий, объясняющих все вопросы происхождения и функционирования социальных стереотипов. Кроме того, сложность подобной типологии определяется и тем, что данную тему вправе считать «своей» самые различные научные дисциплины (включая психологию, социологию, лингвистику, культурологию).

Отдавая отчет в неизбежном упрощении такой типологии, мы предлагаем свести все многообразие спорных вопросов в данной области к двум проблемам. Первая касается *природы* феномена стереотипизации: порождаются ли стереотипы культурой, социальной средой, или же они обусловлены индивидуальными особенностями субъекта стереотипизации; в связи с этим целесообразно различать социокультурный и индивидуальный подходы. Вторая проблема — это проблема *функций* стереотипов, и здесь выделяют когнитивный и социологический подходы⁶. В зависимости от решения этих двух основных проблем ученые дают ответы и на другие важные вопросы исследования стереотипов (факторы стереотипизации, разделяемость стереотипов, степень их соответствия реальности, их социальные последствия, их связь с предрассудками и дискриминацией, возможность их преодоления).

Социокультурный и индивидуальный подходы

Сторонники *социокультурного подхода* полагают, что на поддержание и воспроизводство стереотипов решающее воздействие оказывает культура как своеобразный резервуар норм и представлений⁷. Собственно, уже в книге У. Липпмана именно на общество возлагается ответственность за обеспечение личности пресловутыми «картинками». Но, как правило, данный подход возводят к следую-

⁶ Другие варианты типологизации теорий стереотипов см.: Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G. Stereotypes and Social Cognition. London, 1994. P. 33; Stroebe W., Insko C. A. Op. cit. P. 12—13.

⁷ Stroebe W., Insko C. A. Op. cit. P. 6.

щей этапной работе в области изучения стереотипов⁸ — эмпирическому исследованию Д. Каца и П. Брэйли, проведенному в 1933 г. в Принстонском университете. Данное исследование было посвящено содержанию этнических стереотипов американского студенчества⁹. Ученые установили, что респонденты имеют стереотипы даже тех национальностей, с представителями которых они никогда не встречались в своей жизни, что позволяет назвать источником подобных знаний культуру. Таким образом, главным методологическим результатом исследования стало положение о том, что, хотя стереотипы и выступают следствием деятельности человека по осмыслению окружающего мира (и тем самым продуктом когнитивной деятельности индивида), их содержание детерминировано культурой¹⁰ — в противном случае было бы проблематично объяснить, почему большинство студентов разделяют одни и те же взгляды в отношении представителей определенных этнических групп. Эта работа во многом стимулировала направление дальнейших прикладных исследований стереотипов.

Влияние культуры, считают приверженцы социокультурного подхода, проявляется в том, что она информирует человека о содержании стереотипов, «подсказывает», как себя вести в отношении к стереотипизируемой группе. Стереотипы — это форма познания мира не только для лично-

⁸ См., напр.: *Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G.* Op. cit. P. 40; *Schneider D. J.* The Psychology of Stereotyping. P. 9.

⁹ В результате, в частности, выяснилось, что американцев респонденты считают трудолюбивыми, умными и материалистичными; англичан — спортивными, умными и консервативными; ирландцев — задиристыми, невыдержанными и остроумными; итальянцев — артистичными, импульсивными и страстными; японцев — умными, трудолюбивыми и преданными прогрессу; евреев — хитрыми, корыстными и трудолюбивыми; китайцев — суеверными, коварными и консервативными; турок — жестокими, набожными и вероломными; чернокожих — суеверными, ленивыми и беззаботными (см.: *Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G.* Op. cit. P. 23).

¹⁰ См.: *Schneider D. J.* Modern Stereotype Research. P. 420.

сти, но и для социальных групп: стереотипы являются *разделяемыми* представлениями, иначе бы они не имели такого влияния на социальное поведение групп¹¹. Поскольку стереотипы разделяются большинством представителей группы — субъекта стереотипизации, то это позволяет говорить и о культурной легитимности стереотипа¹².

Ряд теорий в рамках социокультурного подхода концентрируют внимание на способах усвоения стереотипов, подчеркивая роль общества в этом процессе¹³. Социальные факторы рассматриваются как приоритетные в *социализационных теориях*, прежде всего в *теории социального научения* (social learning theory). Стереотипы интерпретируются в качестве результата влияния на индивида различных агентов и институтов социализации (включая СМИ, школы, родителей, сверстников)¹⁴. Кроме того, стереотипы трактуются здесь как следствие наблюдений индивида за реальными различиями групп. В *теории социальных ролей* (А. Игли) постулируется, что решающий фактор стереотипизации — это роли, которые выполняют члены группы¹⁵. А. Игли пришла к выводу, что, например, стереотипы женщин представляют собой в действительности не стереотипы пола, но, скорее, стереотипы социальных ролей и статусов. Исследовательница показала, что женщин часто рассматривают как менее настойчивых и более общительных как раз потому, что они выполняют роли, которые совершенствуют их навыки общения (скажем, учительница или воспитательница). В ходе своего исследования она предлагала респондентам оценить мужчин и женщин различных социальных статусов. Женщины воспринимались как более общительные, но только в том случае, если они занимали низкостатусную позицию или же информация об их статусе отсутствовала. Когда же сообща-

¹¹ Ibid. P. 209.

¹² Eberhardt J. L., Fiske S. T. Motivating Individuals to Change: What is a Target to Do // Stereotypes and Stereotyping. P. 430—431.

¹³ См.: Schneider D. J. Modern Stereotype Research. P. 420.

¹⁴ См.: Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G. Op. cit. P. 40; Stroebe W., Insko C. A. Op. cit. P. 15.

¹⁵ Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G. Op. cit. P. 41—42.

лось, что у них высокий статус, то им приписывали те же качества, что и мужчинам. Иными словами, социальный статус выступал более значимым фактором, чем гендерная принадлежность. Таким образом, она пришла к выводу, что приписывание женщине особой общительности может быть вызвано частично или полностью теми социальными ролями, которые предположительно играет женщина¹⁶.

Заметим, что критики социализационных теорий полагают, что в их русле невозможно объяснить ингрупповой фаворитизм, этноцентризм, универсальный характер негативизма, проявляемого по отношению к аутгруппам, а также мотивы и причины стереотипизации¹⁷.

Если в теориях социокультурного подхода своеобразие стереотипов личности объясняется особенностями культуры, к которой данная личность принадлежит, то в теориях *индивидуального подхода* — своеобразием личности. Среди концепций, придерживающихся индивидуального подхода к объяснению природы стереотипов, следует назвать прежде всего *теорию авторитарной личности*. В книге «Авторитарная личность» (1949) Т. Адорно и его коллеги (Э. Френкель-Брюнсуик, Д. Дж. Левинсон и Р. Н. Сэнфорд) защищали точку зрения, согласно которой главный фактор стереотипизации — это особый тип личности человека, для которого характерны нетерпимость и авторитарность. Ключевая характеристика авторитарной личности — это ригидность мышления, что проявляется и в стереотипном способе видения других людей, и в отсутствии толерантности¹⁸. Стереотипы — это те простые формы, в которых подобная, авторитарная личность, ведомая неосознанными мотивами, стремится увидеть мир¹⁹. По мнению авторов, стереотипы находятся в тесной связи с теми феноменами, которые являются ключевыми для понимания человека в психоанали-

¹⁶ См.: *Schneider D.J.* The Psychology of Stereotyping. P. 184.

¹⁷ См., напр.: *Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G.* Op. cit. P. 42; *Stroebe W., Insko C. A.* Op. cit. P. 17.

¹⁸ См.: *Hinton P. R.* Op. cit. P. 16.

¹⁹ *Адорно Т.* Авторитарная личность // Психология и психоанализ власти / Под ред. Д. Я. Райгородского. Самара, 1999. Т. 1.

тических концепциях, — потребностями, защитными механизмами, тревожностью. Стереотипы укрепляются предрассудками, которые соотносятся с экономическими, политическими, социальными представлениями человека, с базовыми личностными характеристиками и с особенностями родительского контроля²⁰.

Психодинамические теории также объясняют стереотипизацию индивидуальными особенностями человека, помещая в центр анализа внутриличностный конфликт²¹. *Теория козла отпущения*, получившая распространение во второй половине 1940-х — первой половине 1960-х гг., является одним из характерных примеров²². Ее представители трактуют стереотип аутгруппы в качестве результата перемещения агрессии, возникшей вследствие сильной фрустрации, на соответствующую безвластную группу, например этническое меньшинство²³.

В *диссоциативной модели предрассудка* (Дж. Дивайн, 1990-е гг.) основой стереотипизации объявляется конфликт между культурными стереотипами и индивидуальными убеждениями. Каждый человек осведомлен о стереотипах в отношении определенных социальных групп (этнических, гендерных, профессиональных и т. д.), но не каждый их разделяет. Культурные стереотипы усваиваются в результате влияния агентов и институтов социализации, закрепляясь при этом через социально одобряемое поведение. Индивидуальные же представления и убеждения являются предметом контроля и самоконтроля²⁴. И, таким образом, человек с помощью собственных усилий может преодолевать влияние культурных стереотипов.

²⁰ Там же.

²¹ В основе лежит гипотеза Дж. Долларда и его коллег (1939) о том, что если агрессия не может быть направлена на источник фрустрации, тогда фрустрируемая личность ведет поиск другого объекта для агрессии (см.: *Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G.* Op. cit. P. 37; *Hinton P. R.* Op. cit. P. 15).

²² См.: *Stroebe W., Insko C. A.* Op. cit. P. 17.

²³ Ibid. P. 367.

²⁴ См.: *Eberhardt J. L., Fiske S. T.* Op. cit. P. 374—377.

Подчеркнем еще раз: во всех упомянутых концепциях акцент делается именно на личности, стереотипизация которой окружающей действительности определяется каким-либо индивидуальным фактором. Неудивительно поэтому, что авторы данных теорий видели пути преодоления стереотипов не в изменении культурных стандартов или реального статуса группы, подвергающейся стереотипизации, а в изменении взглядов личности — субъекта стереотипизации. Это может быть достигнуто, полагали они, скажем, путем усиления контроля над социализацией или даже с помощью психиатра, как предлагал Т. Адорно²⁵.

Рассматриваемая здесь группа теорий, акцентирующая роль личности в процессе стереотипизации, при всех своих прозрениях оставила, тем не менее, без ответа многие важные вопросы, в частности: чем именно определяется выбор стереотипизируемой группы, почему уровень стереотипизации может быть различным в разных социальных и политических условиях или, например, в различных регионах. В связи с этим в последние годы о социокультурной обусловленности стереотипизации в той или иной мере говорят большинство исследователей. Наконец, заслуживает упоминания тот факт, что в качестве компромиссного варианта предлагается различать два вида стереотипов: культурные, разделяемые в рамках какого-либо социума, и персональные, которые свойственны той или иной личности²⁶.

Когнитивный и социологический подходы

Другой вопрос, который делит все множество концепций на две группы, касается функций стереотипов. *Когнитивный подход* делает акцент на механизмах восприятия, усвоения и интерпретации человеком информации как важнейших факторах стереотипизации. Собственно, термином «когнитивный подход» обозначают ряд весьма разнородных концепций, объединяемых лишь одним положением — признанием неразрывной связи стереотипа с когнитивными процессами получения информации. Аспекты стереотипи-

²⁵ Адорно Т. Указ. соч.

²⁶ Hinton P. R. Op. cit. P. 145.

зации, которым уделяют особое внимание сторонники данного подхода, многообразны: значимость индивидуального восприятия и социальной репродукции стереотипов; роль ценностей, знания, опыта, экспектаций в восприятии аут-групп; пути преодоления стереотипов²⁷.

Человек вынужден, как утверждают представители когнитивного подхода, полагаться на стереотипы, поскольку он не имеет возможности рассматривать каждую группу или индивида как уникальные. Стереотипы трактуются здесь в качестве основных единиц процесса познания (наряду с категориями, групповыми схемами, прототипами, социальными репрезентациями)²⁸. Процесс познания признается несовершенным, и следовательно, допускается возможность неточности стереотипов.

Подобной интерпретации придерживался Г. Олпорт, в ставшей классической книге которого «Природа предрассудка» (1954) было впервые предложено развернутое исследование природы стереотипизации. Для становления когнитивного подхода важным стало следующее положение Г. Олпорта: стереотипизация возникает благодаря тому, что сам процесс рационального познания невозможен без такого явления, как категоризация²⁹. Стереотипизация, таким образом, была интерпретирована в качестве когнитивного процесса. Поскольку стереотипы вырастают из сверхгенерализации, они ложны по самой своей природе³⁰. В связи с этим он определял стереотип как «антипатию, базирующуюся на ложной и негибкой генерализации»³¹. Те, кто свободен от предрассудков, воспринимают людей более индивидуализированно, чем те, кто от них не свободен³².

²⁷ См. подробнее: *Stangor C., Schaller M. Stereotypes as Individual and Collective Representations // Stereotypes and Stereotyping; Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C. Op. cit.*

²⁸ *Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C. Op. cit. P. 54.*

²⁹ *Allport G. W. The Nature of Prejudice. New York, 1954. P. 21; Stroebe W., Insko C. A. Op. cit. P. 3.*

³⁰ См.: *Hinton P. R. Op. cit. P. 18.*

³¹ *Allport G. W. Op. cit. P. 9.*

³² См.: *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 11.*

Новый этап в развитии когнитивного подхода связан с трудами Г. Тэджфела. В работе «Когнитивный аспект предвзвешивания»³³ (1969) он предложил интерпретировать стереотипы в качестве результата когнитивной деятельности человека, состоящей из трех процессов: категоризации, усвоения и упорядочивания. В результате категоризации происходит акцентирование сходства и различий между своей и чужой группами; усвоение предполагает вклад самого субъекта стереотипизации в модификацию социальных представлений и норм; итогом упорядочивания является объяснение группового поведения в терминах характеристик своей группы³⁴. Если до этой работы стереотипы рассматривались как исключительно негативный феномен, то теперь — как необходимое и неизбежное следствие когнитивной деятельности человека как такового³⁵.

Когнитивный подход внес весомый вклад в понимание закономерностей познания индивидом окружающего мира. Однако его приверженцы, уделяя недостаточное внимание социальным функциям, не могли объяснить очевидное влияние социальных и политических факторов на стереотипизацию. Именно поэтому изучение стереотипов стало предметом не только когнитивной психологии, но и социологии — равно как социальной психологии и политологии. Добавляя к стереотипу предикат «социальный», социологи тем самым подчеркивают воздействие социальных факто-

³³ Именно с этой работы, по оценке П. Дж. Оакс, и ведет начало современная эра исследования стереотипов (*Oakes P. J. The Categorization Process: Cognition and the Group in the Social Psychology of Stereotyping // Social Groups and Identities: Developing the Legacy of Henri Tajfel / P. Robinson (Ed.). Oxford, 1996. P. 95*).

³⁴ См.: *Hinton P. R. Op. cit. P. 108—110*. Хотя впервые категоризация как основа для стереотипов была интерпретирована Г. Олпортом, серьезное изучение связи между категоризацией и стереотипами началось лишь в 70-х гг. XX века благодаря усилиям Г. Тэджфела и ряда других исследователей (*Медведева С. М. Проблема политического стереотипа в зарубежной политической психологии. М., 2005. С. 89*).

³⁵ *Hinton P. R. Op. cit. P. 20—21*.

ров на производство, содержание и трансляцию стереотипов, а также роль стереотипов в функционировании общественных отношений.

Среди исследователей, внесших наиболее существенный вклад в понимание социального измерения стереотипов, также должно быть названо имя британского ученого Г. Тэджфела, который обосновал предположение, что стереотипы зависят от контекста межгрупповых отношений, представляя собой функцию взаимодействия между аутгруппой и ингруппой³⁶. По оценке Г. М. Андреевой, основанием для создания теории Г. Тэджфела и его коллег стала критика десоциализированного взгляда на индивида, свойственного американской социальной психологии³⁷. Работа Г. Тэджфела «Социальные стереотипы и социальные группы», которая была опубликована как глава монографии «Человеческие группы и социальные категории» (1981), вызвала столь широкий резонанс среди исследователей стереотипов, что к 1990-м гг. чистых «когнитивщиков» практически не осталось³⁸.

Источником сформулированной Г. Тэджфелом *теории социальной идентичности*, помимо положений когнитивной теории, в том числе идей Г. Олпорта, стали постулаты *реалистичной теории конфликта* (realistic conflict theory) М. Шериф и ее коллег (1940—1960-е гг.), согласно которым враждебность в целом и негативные стереотипы в частности порождаются соперничеством между социальными группами за ограниченные ресурсы³⁹. Негативные стереотипы появляются тогда, когда группы вступают в конфликт, и используются как способ оправдания отношения к аутгруппе⁴⁰.

³⁶ *Tajfel H. P. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge; Paris, 1982. P. 157—159.*

³⁷ *Андреева Г. М. О «социологизации» социальной психологии в XX столетии // Социол. журн. 2003. № 2; То же. <http://sj.obliq.ru/article/546> (последнее посещение в январе 2008 г.).*

³⁸ *Turner J. Henri Tajfel: An Introduction // Social Groups and Identities. P. 14.*

³⁹ *Hinton P. R. Op. cit. P. 17.*

⁴⁰ *Sherif M., Sherif C. W. Groups in Harmony and Tension: An Integration of Studies on Intergroup Relations. New York, 1961. P. 91.*

Г. Тэджфел соглашается с М. Шериф в том, что стереотипы коренятся в межгрупповом (а не в межличностном) взаимодействии. Однако он добавляет, что сама по себе конкуренция за материальные («реальные») ресурсы не является ни необходимым, ни достаточным условием стереотипизации. В созданной им теории утверждается, что мотивом стереотипизации выступает стремление к позитивной идентичности как одна из ведущих потребностей человеческого существа. Такая идентичность достигается путем сравнения индивидом собственной группы с аутгруппой. В результате этого сравнения аутгруппам атрибутируются негативные качества, в то время как ингруппам — позитивные; данный феномен был обозначен британским исследователем как ингрупповой фаворитизм. Иными словами, если М. Шериф исходит из того, что причиной стереотипизации является борьба за реальные ресурсы, то Г. Тэджфел видит эту причину в борьбе за ресурсы, скорее, символические⁴¹.

Социальная категоризация, таким образом, выступает как необходимая часть любых межгрупповых отношений. Чтобы индивид ощутил себя членом определенной социальной группы, достаточно категоризовать его по какому-либо признаку⁴².

В сформулированной в рамках теории социальной идентичности «минимальной групповой парадигме» (minimal group paradigm) подчеркивается, что деление какого-либо сообщества на две группы происходит не только из-за соперничества за реальные ресурсы, но и на основании любого критерия, пусть незначительного и произвольного⁴³. Экспериментально было установлено, что даже в условиях, когда между двумя группами, созданными на основе такого критерия, не было ни контакта, ни конфликта интересов, ни истории враждебности, равно как и личной заинтересованности индивидов в успехе ингруппы,

⁴¹ Hinton P. R. Op. cit. P. 15.

⁴² Сушков И. Р. Психология взаимоотношений. М.; Екатеринбург, 1999. С. 133.

⁴³ Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G. Op. cit. P. 54—55.

тем не менее наблюдалось явление ингруппового фаворитизма и восприятие индивидов сквозь призму ингруппового и аутгруппового членства⁴⁴.

Таким образом, было показано, что представители аутгруппы воспринимаются, во-первых, как более отличающиеся от представителей ингруппы, чем они являются в действительности; во-вторых, как более однородные, чем представители ингруппы; в-третьих, как менее позитивные⁴⁵.

Особое значение для нашего исследования имеет вывод Г. Тэджфела об акцентировании внутригруппового сходства, с одной стороны, и межгруппового отличия — с другой⁴⁶. Отличительность, следовательно, является важной функцией стереотипа, призванного четко провести границы между группами.

Кроме того что конфликт интересов не служит необходимым условием стереотипизации, он не является и ее достаточным условием. Если отношения между группами воспринимаются как легитимные (например, та же гендерная иерархия, как правило, расценивается не как несправедливость, а как норма и большинством мужчин, и большинством женщин), то существует возможность достичь позитивной социальной идентичности, избежав конфликта. Возникает же конфликт в том случае, если одна из групп считает свое положение относительно другой недолжным и нелегитимным⁴⁷.

⁴⁴ *Turner J. Op. cit. P. 15.*

⁴⁵ *Hinton P. R. Op. cit. P. 114.*

⁴⁶ Эксперимент, проведенный Г. Тэджфелом и Э. Уилксом еще в 1963 г., показал, что маркировка четырех длинных линий литерой «А», а коротких — литерой «Б» порождала восприятие испытуемыми более существенной разницы в размерах линий между подгруппами «А» и «Б», а также более существенного подобия длин линий внутри подгрупп, чем они в реальности были. Сам факт объединения линий в группы давал начало процессам, сходным с процессами социальной категоризации и стереотипизации (см.: *Сушков И. П. Указ. соч. С. 285*).

⁴⁷ См.: *Eberhardt J. L., Fiske S. T. Op. cit. P. 384—385; Hinton P. R. Op. cit. P. 116.*

Развитие теории социальной идентичности привело к созданию более сложной модели группового восприятия, воплотившейся в *теории самокатегоризации* Дж. Тернера (1980-е гг.). Исследователь соглашается с Г. Тэджфелом, что категоризация обуславливает акцентирование внутригруппового сходства и межгрупповых различий. Однако он добавляет, что актуализация групповой идентичности приводит к тому, что и себя индивид воспринимает в терминах групповой принадлежности. Ученый вводит понятие деперсонализации как «субъективного стереотипизирования себя в терминах соответствующей социальной категории»⁴⁸.

Еще одно важнейшее положение теории самокатегоризации состоит в признании социальной идентичности сложным многоуровневым феноменом: индивид принадлежит к различным социальным группам, что обуславливает гибкий характер процесса стереотипизации⁴⁹.

Другое дополнение положения об ингрупповом фаворитизме заключается в том, что за пределами научных экспериментов не существует глобальной борьбы за то, чтобы признать собственную группу самой лучшей (скажем, медсестры не отказываются признавать объективно большую компетентность врачей-специалистов в медицинских вопросах). Вместе с тем, как установлено, представители низкостатусной группы в этой ситуации избирают другие критерии для сравнения с высокостатусной группой, что позволяет выявить собственное превосходство; и это становится важнейшим для их социальной идентичности (в рассматриваемом примере — забота или лучшее понимание больных, которые свойственны именно медсестрам)⁵⁰.

Дополнением теории самокатегоризации является *модель общей ингрупповой идентичности* (common in-group identity model), согласно которой граница между ингруппой и аутгруппой в действительности достаточно подвижна и зависит от контекста: те индивиды, которые в од-

⁴⁸ См.: Сушков И. Р. Указ. соч. С. 282.

⁴⁹ Hinton P. R. Op. cit. P. 123.

⁵⁰ Ibid. P. 116—117.

ном контексте воспринимаются как члены аутгруппы, в другом — как члены иных ингрупп, более общих. Например, те же врачи воспринимают медсестер как аутгруппу, но на приеме у губернатора — как своих, как представителей более широкой ингруппы медицинских работников, поскольку аутгруппу в данной ситуации образуют, скажем, профессора⁵¹. Иными словами, есть более Чужие и менее Чужие, более Свои и менее Свои. Эта мысль также представляет интерес в контексте нашего исследования.

Наконец, в последнее время обозначилась тенденция интерпретировать когнитивные процессы в тесной связи с проблемой власти: стереотипизация понимается как процесс установления властных отношений. Появление такой интерпретации сущности стереотипов стало возможным во многом благодаря идеям, сформулированным в рамках постколониальных исследований: обусловленная глобализацией интенсификация общения представителей различных культур побудила вновь обратить самое пристальное внимание на проблему расовых и этнических предрассудков. Среди важнейших работ должны быть названы труды Э. Саида и Х. Баба (хотя их предмет выходил за рамки теории стереотипов, в них были высказаны тезисы, во многом стимулировавшие ее развитие)⁵². В работах первого была поставлена проблема роли расовых стереотипов (точнее, межкультурных стереотипных образов Востока и Запада) в организации мирового порядка периода Модерности; в исследованиях второго акцентирована функция стереотипа как первичного орудия подчинения (*subjectivation*).

Процесс стереотипизации понимается как «способ дать оценку и зафиксировать в определенном положении другую культуру с привилегированной позиции»⁵³. Дискурс власти, в свою очередь, неотделим от стереотипизации

⁵¹ Ibid. P. 123.

⁵² Said E. W. Orientalism. New York, 1978; Bhabha H. The Location of Culture. London; New York, 1994. P. 75.

⁵³ Pickering M. Stereotyping: The Politics of Representation. New York, 2001. P. 47.

Другого⁵⁴; он производит ценностную асимметрию, в том числе и при помощи стереотипов, это позволяет поддерживать иерархию социальных групп. Наиболее ценные качества закрепляются за определенными группами, что дает им возможность удерживать власть.

1.2. Гендерные стереотипы: свойства

Задачи социологического анализа предполагают прежде всего исследование взаимосвязи гендерных стереотипов и социальных отношений. В этом разделе мы охарактеризуем основные свойства гендерных стереотипов и проанализируем, почему они становятся фактором организации социальных отношений.

Гендер

В первую очередь следует уточнить наше понимание другого ключевого термина исследования — «гендер». В первых работах социологов, пытавшихся развести понятия пола и гендера, можно найти их определение через статусные позиции индивида. Если пол рассматривался как предписанный статус, данный человеку при рождении, то гендер связывался с влиянием культуры и социальных факторов, поэтому он определялся как статус достигаемый. Человек усваивает, какими качествами он должен обладать в соответствии со своим полом и каким должно быть его поведение⁵⁵. Другим популярным определением различий пола и гендера стала интерпретация первого как феномена биологического, а второго — как социального конструкта.

В последние годы в гендерной теории акцент делается на отношениях власти и доминирования, утверждаемых в обществе через гендерные отношения. М. Киммел счита-

⁵⁴ Hall S. The West and the Rest: Discourse and Power // Formations of Modernity / S. Hall, B. Gieben (Eds). Cambridge, 1992. P. 258.

⁵⁵ Richardson L. W. The Dynamics of Sex and Gender: A Sociological Perspective. Dallas; London, 1981. P. 5.

ет, что гендер является не вещью, свойством, а отношением. Мы не просто унаследовали мужские и женские половые роли, но активно — интерактивно — и постоянно определяем, что значит быть мужчиной и женщиной в наших повседневных действиях⁵⁶. Исследователь полагает, что гендер работает на нескольких уровнях: не только на уровне идентичности и на уровне взаимодействия, но и на уровне институтов, которые также гендеризированы и воспроизводят неравенство полов⁵⁷. Понимание гендера как отношения или как системы социальных связей разделяется и отечественными учеными⁵⁸.

По мнению О. В. Рябова, наиболее важные из тех идей, которые были внесены гендерными исследованиями в теорию пола, можно определить как положения о референтности, контекстуальности, гетерогенности и потестарности пола⁵⁹. Данные свойства гендера позволяют уточнить методологию нашего исследования.

Говоря о *референтности* пола, следует принимать во внимание такую черту гендерного дискурса, как бинарность кодирования мужского и женского. Дихотомизация и различие составляют сущность понятия гендера⁶⁰. Поэтому мужественность и женственность не просто противоположны — они обуславливают друг друга⁶¹. По оценке Дж. Скотт, гендерный анализ исходит из того, «что информация о женщинах есть обязательно информация о мужчинах, что одно требует изучения другого»⁶².

⁵⁶ Киммел М. Гендерное общество. М., 2006. С. 177.

⁵⁷ Там же. С. 177—178, 407. О гендеризированных институтах см. также: Connell R. W. Gender. Cambridge; Malden, 2002.

⁵⁸ Рябов О. В. Национальная идентичность: гендерный аспект: Дис. ... д-ра филос. наук. Иваново, 2000.

⁵⁹ Рябов О. В. «Россия-Матушка»: Национализм, гендер и война в России XX века. Штутгарт; Ганновер, 2007. С. 33.

⁶⁰ Connell R. W. Gender. P. 9.

⁶¹ Bourdieu P. Masculine Domination. Stanford, 2001. P. 53.

⁶² Скотт Дж. Гендер: Полезная категория исторического анализа // Введение в гендерные исследования: Учеб. пособие / Под ред. И. А. Жеребкиной. Харьков; СПб., 2001. Ч. 2. С. 409.

Однако гендерный дискурс не просто поляризует мужское и женское, но и иерархизирует их, что определяется такой характеристикой пола, как его *потестарность* (роль в отношениях власти/подчинения). Прежде всего это касается собственно социальных отношений между мужчинами и женщинами, для которых характерно привилегированное положение первых; данный социальный порядок обозначается термином «патриархат».

Иерархичными являются отношения не только между полами, но и внутри полов. Гендер — это всё множество отношений, вытекающих из деления человечества на две группы; отношения между мужчинами, связанные с их принадлежностью к этой группе, также являются гендерными — равно как и отношения внутри класса женщин⁶³. В связи с этим большое значение имеет тезис о множественной маскулинности (*multiple masculinities*), выдвинутый австралийским социологом Р. Коннеллом⁶⁴. Маскулинность не есть нечто гомогенное и единое; напротив, следует признавать одновременное существование различных типов маскулинности, определяемых различными социальными идентификаторами. Среди факторов, обуславливающих множественность маскулинностей и фемининностей, М. Киммел, во многом основываясь на идеях Р. Коннелла, выделяет следующие. Во-первых, содержание маскулинности и фемининности неодинаково в разных культурах. Во-вторых, оно различается в отдельные периоды истории. В-третьих, вариативность представлений о мужчинах и женщинах определяется влиянием класса, расы, этничности, профессионального статуса, сексуальной ориентации и других дифференцирующих признаков. В-четвертых, можно

⁶³ Connell R. W. Gender. P. 54.

⁶⁴ О подробной истории развития тезиса о множественной маскулинности см.: Tosh J. Hegemonic Masculinity and the History of Gender // *Masculinities in Politics and War: Gendering Modern History* / S. Dudink, K. Hagemann, J. Tosh (Eds). Manchester; New York, 2004; Hooper C. *Manly States: Masculinities, International Relations, and Gender Politics*. New York, 2001.

говорить и об индивидуальных различиях маскулинности, поскольку человек в отдельные периоды своей жизни или в отдельных ситуациях избирает линию поведения, которая существенно отклоняется от «стандартной»⁶⁵.

Другое важное методологическое положение Р. Коннелла заключается в том, что различные типы маскулинностей находятся в определенных отношениях — прежде всего в отношениях конкуренции и борьбы⁶⁶. Маскулинность, следовательно, может быть интерпретирована как поле конкурирующих дискурсов. Представители гегемонной маскулинности осуществляют власть над носителями подчиненных маскулинностей и в большей степени, чем последние, получают привилегии от гендерного неравенства, патриархата. Равным образом допустимо говорить и об иерархии и борьбе различных типов фемининности: женственность также представляет собой поле конкурирующих дискурсов, определяемых различными социальными идентификаторами.

Наконец, *контекстуальность* пола, зависимость маскулинности и фемининности от социальных и исторических факторов, обуславливает то, что представления о мужественности и женственности не только устойчивы и стабильны, но также пластичны, подвижны.

Говоря о свойствах гендерных стереотипов, прежде всего отметим, что в наиболее общем виде их рассматривают как схематизированные, обобщенные образы мужчин и женщин⁶⁷. Усилия исследователей определить это понятие привели, на наш взгляд, к возникновению двух групп дефиниций: в одной из них делается акцент на структуре

⁶⁵ См.: Куммел М. Указ. соч. С. 146—147. О вариативности маскулинности и фемининности в разных культурах см. также: McClintock A. Imperial Leather: Race, Gender, and Sexuality in the Colonial Conquest. New York, 1995; Mohanty C. T. Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses // Dangerous Liaisons: Gender, Nation, and Postcolonial Perspectives / A. McClintock, A. Mufti, E. Shohat (Eds). Minneapolis, 1997.

⁶⁶ Connell R. W. The Men and the Boys. Berkeley, 2000. P. 10—12.

⁶⁷ См., напр.: Renzetti K., Curran D. Women, Men, and Society. Boston, 1999. P. 292.

стереотипа, а в другой — на гендерных отношениях, возникающих в процессе стереотипизации.

Так, К. Дио и Л. Льюис в работе «Структура гендерных стереотипов» (1984) включают в определение представления о различных личностных качествах мужчин и женщин, в том числе об их физических свойствах и внешности, о поведенческих моделях, умениях и интересах, а также о гендерной специфике социальных ролей и занятий⁶⁸. К этому же типу может быть отнесено едва ли не самое популярное определение (Р. Эшмор, Ф. дель Бока, А. Волерс): «Гендерные или полоролевые стереотипы — это структурированный набор представлений о персональных характеристиках мужчин и женщин»⁶⁹. Под персональными характеристиками авторы подразумевали не только личностные качества, атрибутируемые представителям того или иного пола, но также поведенческие особенности и эмоциональные характеристики мужчин и женщин. В российской социологии и психологии подобный подход к определению представлен прежде всего в трудах И. С. Клециной и Т. Е. Ломовой⁷⁰.

⁶⁸ Deaux K., Lewis L. L. Structure of Gender Stereotypes: Interrelations among Components and Gender Label // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1984. № 5 (45).

⁶⁹ Ashmore R. D., Del Boca F. K., Wohlers A. J. Gender Stereotypes // *The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts* / R. D. Ashmore, F. K. Del Boca (Eds). New York, 1986. P. 89.

⁷⁰ И. С. Клецина полагает, что гендерные стереотипы можно разделить на три группы: 1) связанные с приписыванием мужчинам и женщинам вполне определенных психологических качеств и свойств личности (стереотипы маскулинности/фемининности); 2) связанные с семейными и профессиональными ролями; 3) связанные с различиями в содержании труда (экспрессивная и инструментальная сферы деятельности) (Клецина И. С. Гендерная социализация. СПб., 1998. С. 19—20). Т. Е. Ломова включает в гендерные стереотипы гендерные идеалы, гендерные нормы и гендерные диспозиции, отражающие представления индивидов о своем положении в обществе (Ломова Т. Е. Стереотипы в гендерных установках современной российской молодежи: Дис. ... канд. культурол. наук. Владивосток, 2004. С. 143).

В другой группе дефиниций акцент делается на тех социальных отношениях, в которые включаются гендерные стереотипы. Приведем в качестве показательного примера определение американской исследовательницы Р. Ангер: «Гендерные стереотипы — это социально конструируемые категории “маскулинность” и “фемининность”, которые подтверждаются различным поведением, различным распределением социальных ролей и статусов и которые поддерживаются психологическими потребностями человека вести себя в социально одобряемой манере, а также ощущать собственную целостность и непротиворечивость»⁷¹. Такого рода определения представляются, пожалуй, более корректными. Во-первых, здесь среди специфицирующих признаков отмечаются социальные представления о том, какие качества атрибутируются мужчине и женщине, о подходящих мужчине и женщине занятиях и социальных ролях. Во-вторых, в них учтена связь гендерных стереотипов с идентичностью личности. В-третьих, они отражают референтный характер гендера: стереотипы мужчин и женщин рассматриваются не изолированно, но во взаимосвязи и взаимообусловленности. В-четвертых, они указывают на присутствие в концепте «гендер» не только социальной, но и культурно-символической составляющей, предполагающей соотнесение с мужским и женским началами тех вещей, свойств и отношений, которые непосредственно с полом не связаны.

Эмоционально-оценочный характер

«Стереотипы отличаются от категорий тем, что они кому-то не нравятся»⁷², — иронизирует Д. Шнайдер. Действительно, оценочность — атрибут стереотипов как таковых. Эмоционально окрашенными являются и гендерные стереотипы, касаются ли они женской слабости или мужской отваги, женской чувствительности или мужского самообладания.

⁷¹ См.: Basow S. A. Gender Stereotypes and Roles. Pacific Grove, 1992. P. 3.

⁷² Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 22.

Своих и Чужих оценивают исходя из системы ценностей ингруппы. Укрепление ингрупповых связей неизбежно сопровождается в большей или меньшей степени негативным отношением к аутгруппе. Подобная черта стереотипизации явилась причиной того, что этот феномен оказался в центре внимания исследователей предрассудков и дискриминации.

Г. Олпорт, обсуждая вопрос о том, что такое этнический предрассудок, отделил его от стереотипа и охарактеризовал как «антипатию, основанную на ложной и негибкой генерализации»⁷³. Такое понимание предрассудка как чувства (подчеркнем, негативного) по отношению к аутгруппе доминирует и в современной исследовательской литературе. В связи с этим стереотип и предрассудок принято разделять следующим образом: первый представляет собой лишь знание, когнитивную базу для второго, который включает в себя также чувства и отношение к стереотипизируемой социальной группе⁷⁴.

Как влияют друг на друга стереотипы и предрассудки? Можно было бы предположить, что стереотипы как обобщенные знания об аутгруппах порождают предрассудки, отражающие негативное отношение к ним; те же, в свою очередь, выступают основой для дискриминационного поведения. Однако, очевидно, связь между стереотипами, предрассудками и дискриминацией не столь прямолинейна⁷⁵. Не все стереотипы порождают негативные чувства (например, стереотип женского милосердия). И наоборот, причиной дискриминации могут быть не только предрассудки — предпочтение, оказываемое, например, при приеме на работу местным жителям, являющееся фактически дискриминационным, обычно вызывается не предрассудками по отношению к ним, а другими факторами — экономическими, политическими, культурными. Нужно учитывать также и то

⁷³ Allport G. W. Op. cit. P. 10.

⁷⁴ Dovodio J. F., Brigham J. C., Johnson B. T., Gaertner S. L. Stereotyping, Prejudice, and Discrimination: Another Look // *Stereotypes and Stereotyping*. P. 278, 293; Allport G. W. Op. cit. P. 8, 9—13.

⁷⁵ Dovodio J. F., Brigham J. C., Johnson B. T., Gaertner S. L. Op. cit. P. 293.

обстоятельство, что данный процесс не является односторонним: стереотипы порождают предрассудки, но, в свою очередь, для оправдания и объяснения негативного отношения к аутгруппе человек привлекает стереотипы. Г. Олпорт, Т. Адорно и другие исследователи отстаивали положение о том, что различные предрассудки находятся в сложных взаимоотношениях: либо усиливают, либо нейтрализуют, хотя бы частично, друг друга⁷⁶.

Большинство исследователей солидарны в том, что уровень негативной стереотипизации аутгрупп связан с возрастанием значимости для индивидов или социальной группы групповой идентичности; он повышается в том случае, если индивиды полагают, что стереотипизируемая аутгруппа представляет собой опасность для своей группы. Так, во время военного конфликта с аутгруппой пропаганда, для того чтобы легитимировать уничтожение других человеческих существ, использует такой прием, как дегуманизация — отказ Врагу в праве называться представителем человеческого рода⁷⁷. Дегуманизация осуществляется при помощи различных дискурсивных практик: Враг уподобляется, например, машине или животному⁷⁸.

Исследования показали, что уровень негативной стереотипизации возрастает в отношении членов двойных аутгрупп (например, чернокожей женщины со стороны белых мужчин)⁷⁹. В известной степени менее человечными и менее индивидуализированными выглядят все стереотипизируемые. Это проявляется, в частности, в том, что членам аутгрупп значительно реже приписываются вторичные эмоции, которые свойственны только человеку, — печаль, презрение, тщеславие и др.⁸⁰

⁷⁶ См.: *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping*. P. 272.

⁷⁷ *Ibid.* P. 240, 322.

⁷⁸ Рябов О. В. Межкультурная интолерантность: Гендерный аспект // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации / Под ред. Н. А. Купиной и О. А. Михайловой. Екатеринбург, 2004.

⁷⁹ *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping*. P. 394.

⁸⁰ *Ibid.* P. 249.

Заметим, что поляризация, характерная для социальных стереотипов, наиболее очевидна, пожалуй, именно в гендерной стереотипизации. Во многом это объясняется тем, что гендерные стереотипы, в отличие от других, отражают взаимодействие лишь двух групп — мужчин и женщин⁸¹. Эмоциональное и рациональное, интуиция и логика, личное и политическое, субъективность и объективность, мягкость и твердость, хаос и порядок, беспомощность и независимость — эти и многие другие оппозиции отождествляются соответственно с женским и мужским⁸². «Гендерная дихотомия», бинарность кодирования мужского и женского, трактуется в качестве одного из базовых принципов восприятия гендерных различий⁸³. Она ограничивает возможность выбора только двумя вариантами; мы утрачиваем при этом способность видеть остальные⁸⁴. В то же время, как было отмечено выше, референтность является одним из важнейших свойств гендера: женственность и мужественность определяются не столько через соответствие биологическому полу, сколько друг через друга, тем самым друг друга обуславливая⁸⁵. «Быть мужчиной» означает «не быть женщиной» (и

⁸¹ *Lips H. M. Sex and Gender: An Introduction. Mountain View (CA), 1997. P. 2.*

⁸² Такое осмысление мира имеет длительную культурную традицию. Уже в античной и древней восточной философии основные категории, которые использовались для концептуализации картины мира — природа и материя, тьма и свет, хаос и порядок, день и ночь, соотносились с мужским или с женским началами (*Рябов О. В. Русская философия женственности. Иваново, 1999; см. также: Haste H. The Sexual Metaphor. Cambridge, 1994*).

⁸³ См., напр.: *Deaux K., Lewis L. L. Op. cit.; Gilman S. L. Difference and Pathology: Stereotypes of Sexuality, Race, Madness. Ithaca; New York, 1975.*

⁸⁴ *Spike Peterson V., True J. «New Times» and New Conversations // The Man Question in International Relations / M. Zalewski, J. Papart (Eds). Boulder, 1998. P. 20; см. также: MacKinnon K. Representing Men: Maleness and Masculinity in the Media. London, 2003. P. 4.*

⁸⁵ *Куммел М. Указ. соч. С. 150; Bourdieu P. Masculine Domination. P. 53.*

«не быть, как женщина»). Вследствие такой бинарности качества, атрибутируемые мужчинам и женщинам, не только не описываются в категориях «более» и «менее» (женщина более эмоциональна, мужчина более выдержан) — они принадлежат к двум разным сторонам оппозиций (инициативность — безынициативность, сила — слабость, ответственность — безответственность и т. д.).

Говоря об эмоционально-оценочном характере стереотипов гендерных, необходимо принимать во внимание еще один фактор, способствующий тому, что гендерные стереотипы обладают столь ярко выраженными эмоционально-оценочными характеристиками, а именно роль культурно-символической составляющей пола, которая также содержит ценностные ориентации и установки. Природа и культура, эмоциональное и рациональное, духовное и телесное — данные феномены отождествляются с мужским или женским таким образом, что внутри этих пар создается своеобразная иерархия — «гендерная асимметрия». Определяемое как мужское помещается в центр и рассматривается в качестве позитивного и доминирующего; определяемое как женское — в качестве негативного и периферийного, что позволяет ставить вопрос об андроцентризме культуры. В результате «символическая женщина конструируется как отклонение от нормы»⁸⁶.

Вместе с тем следует учитывать, что образ Чужого амбивалентен по самой своей сущности: он может содержать не только негативную, но и позитивную оценку, функционируя в качестве проекции фантазий и желаний субъекта стереотипизации⁸⁷. Подобную амбивалентность С. Холл

⁸⁶ *Spike Peterson V., True J. Op. cit. P. 16.* В дискурсе Модерности подлинно человеческими считаются качества, ассоциируемые с мужским началом; женщину же характеризуют при помощи свойств, от которых человек в своей эволюции якобы отталкивается. Исключения касаются тех сфер, в которых ведущая роль предписывается именно женщине — например вскармливание детей и забота о семье (*Haste H. Op. cit. P. 95*).

⁸⁷ Данное явление иногда обозначается как «позитивно-негативная асимметрия» (*Schneider D. J. The Psychology of Stereo-*

назвал «стереотипический дуализм»: стереотип «расщепляется» на два противоположных элемента⁸⁸. Так, амбивалентность Другого обуславливает то восхищение, которое нередко вызывает экзотический Восток⁸⁹. Русофобия и русофилия — это две стороны процесса инаковизации России в западном дискурсе⁹⁰.

На примере стереотипов гендерных амбивалентность Другого иллюстрируется едва ли не в первую очередь. Женщина является олицетворением как жизни, так и смерти, как чистоты, так и порока⁹¹; женственность может символизировать не только отсталость, но и возможность достижения «светлого будущего», с чем связана, например, идея женственности России⁹². Образ Евы, погубившей человечество, в христианской традиции соседствует с образом Марии, подарившей жизнь Христу. Такая же амбивалентность присутствует и в современных социальных пред-

typing. P. 239). Существуют различные объяснения подобной амбивалентности оценок Другого. Например, в психоаналитических концепциях для этого привлекается теория проекции: плохой Другой — это то, чем человек боится стать, хороший Другой — то, чего он боится не достичь. Еще одна интерпретация объясняет ингрупповой фаворитизм тем, что стереотипы Другого (как позитивные, так и негативные) всегда конструируются доминирующей группой в собственных интересах (*Pickering M. Op. cit. P. 40, 71*). «Хорошая» сторона стереотипа Другого, «благородного дикаря», неразрывно связана с его «плохой» стороной (*Hall S. Op. cit. P. 309*).

⁸⁸ *Hall S. Op. cit. P. 308*. Особый вклад в исследование этого свойства стереотипа был сделан в работах Х. Баба, посвященных колониальному дискурсу (*Bhabha H. Op. cit. P. 66*).

⁸⁹ *Hall S. Op. cit. P. 309*.

⁹⁰ Рябов О. В. «Россия-Матушка». С. 105—106.

⁹¹ *Pickering M. Op. cit. P. 64*. Образ женского начала (как и образ Другого вообще) по своей сущности амбивалентен, что было проанализировано еще в труде С. де Бовуар «Второй пол». Об идее двойственности женского начала, «идеала Мадонны» и «идеала содомского», в русской философской культуре см.: Рябов О. В. Русская философия женственности.

⁹² Рябов О. В. Русская философия женственности.

ставлениях о мужественности и женственности (женская нелогичность — женская интуиция; женская эмоциональность и чувствительность — женская капризность и т. д.).

«Амбивалентный сексизм» — так предложили называть подобную двойственность в отношении женщины П. Глик и С. Фиске. И позитивный, и негативный взгляды на женщину порождают предрассудки и дискриминацию: «враждебный сексизм» в случае низкой оценки инструментальных, агентивных качеств (например, компетентности и власти) и «благожелательный сексизм» в случае высокой оценки экспрессивных качеств (например, доброжелательности, мягкости и милосердия), поскольку эти качества при всей кажущейся привлекательности также способствуют закреплению более низкого статуса женщины⁹³.

Схематичность

Стереотип — это *схематичный*, обобщенный способ репрезентации Другого; несколько характеристик «сплющиваются» в одну, весьма упрощенную фигуру, которая и призвана репрезентировать сущность всей группы⁹⁴. При этом имеет место гомогенизация Другого: он представлен как нечто однородное⁹⁵. Выделение такого свойства стереотипов, как схематичность, упрощенность картины мира, порожденной стереотипизацией, стимулировало дискуссии о «зерне истины» в стереотипах (1950-е гг.). Подавляющее большинство исследователей сходилось в том, что стереотипная информация о другой группе не может быть точной. Аргументируя данную мысль, одни авторы указывали на то, что человек, у которого есть предрассудки, сопротивляется новой информации, хотя может и не отдавать себе в этом

⁹³ См.: *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping*. P. 285.

⁹⁴ *Hall S. Op. cit.* P. 308.

⁹⁵ Р. и С. Сколлоны охарактеризовали это так: «Стереотипизация есть способ мышления, который не признает возможных различий между членами стереотипизируемой группы и не допускает исключений из общих правил» (*Scollon R., Scollon S. W. Intercultural Communication: A Discourse Approach*. Malden, 2001. P. 169).

отчета⁹⁶. Другие исследователи связывали ложность стереотипов с тем, что они отражают не действительные качества стереотипизируемой группы, а лишь психологические и социальные потребности стереотипизирующего, именно потому они полезны и вместе с тем не точны⁹⁷. Третьи исходили из того, что характер стереотипизации зависит в большей мере от культурных стандартов социальной группы — субъекта стереотипизации, чем от социальной группы-таргета⁹⁸. Наконец, четвертые вообще ставили под сомнение релевантность самого понятия точности, предлагая считать точными те стереотипы, которые позволяют людям решать свои проблемы в адаптивной манере, подсказывают им, как себя вести, безотносительно к тому, в какой мере содержащаяся в них информация о Своих и Чужих соответствует действительности⁹⁹.

С другой стороны, некоторые стереотипы находят очевидное подтверждение в реальности, особенно те обобщения, которые основаны не на индивидуальном, а на групповом опыте; культура часто продуцирует вполне корректные генерализации¹⁰⁰. Стереотипы, подчеркивает Д. Шнайдер, как и все генерализации, содержат элемент ложности — вопрос, однако, заключается в том, действительно ли в них больше ошибок, чем в любом другом обобщении, или же нет¹⁰¹.

⁹⁶ Jussim L. J., McCauley C. R., Lee Y.-T. Why Study Stereotype Accuracy and Inaccuracy? // *Stereotype Accuracy: Towards Appreciating Group Differences* / Y.-T. Lee, L. J. Jussim, C. R. McCauley (Eds). Washington, 1995. P. 6.

⁹⁷ См.: Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C. Op. cit. P. 187; Schneider D. J. *Modern Stereotype Research*. P. 420—422.

⁹⁸ Lee Y.-T., Duenas G. Stereotype Accuracy in Multicultural Business // *Stereotype Accuracy*. P. 162.

⁹⁹ Ottavi V., Lee Y.-T. Op. cit. P. 34.

¹⁰⁰ Schneider D. J. *The Psychology of Stereotyping*. P. 330.

¹⁰¹ Ibid. P. 565.

Разделяемость

Отметим еще одно важное свойство гендерных стереотипов. О социальном стереотипе (в том числе гендерном) в точном значении этого термина можно говорить лишь в том случае, если он *разделяется* внутри стереотипизирующей социальной общности, если, согласно формулировке Д. Тэйлора, «существует консенсус среди членов группы в отношении атрибутов другой группы»¹⁰². Вопрос о степени подобного единодушия остается дискуссионным. Чаще всего исследователи призывают считать представление стереотипным тогда, когда его разделяют по крайней мере 75—80 % членов социальной общности¹⁰³.

Вместе с тем следует принимать во внимание, что степень разделяемости респондентами стереотипов может оказаться весьма вариабельной в зависимости от методики социологического исследования. Например, при атрибутировании характеристик различным группам существенное значение имеет то, насколько велик перечень предлагаемых для выбора качеств, ограничены ли респонденты в их выбо-

¹⁰² См.: Gardner R. C. Stereotypes as Consensual Beliefs // The Psychology of Prejudice: The Ontario Symposium / M. P. Zanna, J. M. Olson (Eds). Hillsdale, 1994. Vol. 7. P. 3. Показательно, что Г. Тэджфел именно данное свойство считал единственным, которое характерно для всех видов стереотипов (Tajfel H. Op. cit. P. 158). Приведем также дефиницию, принадлежащую крупнейшему отечественному исследователю социальных стереотипов П. Н. Шихиреву: «Социальные стереотипы — схематизированные, устойчивые, эмоционально окрашенные образы социальных объектов, характеризующиеся высокой степенью согласованности индивидуальных представлений» (Шихирев П. Н. Стереотип социальный // Российская социологическая энциклопедия / Под ред. Г. В. Осипова. М., 1998. С. 538).

¹⁰³ См., напр.: Ashmore R. D., Del Boca F. K., Wohlbers A. J. Op. cit. P. 71—74; Broverman I., Vogel S. R., Broverman D. M., Clarkson F. E., Rosenkrantz P. S. Sex Role Stereotype: A Current Appraisal // Journal of Social Issues. 1972. Vol. 28. № 2. P. 61. Д. Шнайдер полагает, что процент приписывания характеристик социальным группам в большинстве случаев не превышает 50 % (Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 323).

ре, изучается ли стереотипизируемая группа изолированно или в сравнении с другой (и если да, то с какой именно).

Так, исследование Л. Диаба (1962) продемонстрировало, что когда в рамках одного опроса арабские студенты оценивали американцев и русских, то первые описывались более позитивно, чем в тех случаях, когда они описывались изолированно от русских. Французов характеризовали как самовлюбленных и низких, до тех пор пока их не начинали оценивать вместе с теми группами, которые воспринимались респондентами еще более негативно; в этом случае им приписывались демократичность, коммуникабельность, высокий уровень культуры¹⁰⁴.

Результаты одного из дипломных социологических исследований этнических стереотипов, проведенного под нашим руководством (Т. В. Жесткова, Т. Б. Рябова, г. Иваново, 2003 г.), свидетельствуют о том, что русские маркировались как трудолюбивые в том случае, если наряду с ними оценивались цыгане, и получали гораздо более низкую оценку по этой шкале на фоне китайцев¹⁰⁵.

Устойчивость

Гендерные стереотипы, как и все социальные стереотипы, *устойчивы* и стабильны. Собственно, именно благодаря данному свойству исследуемый феномен и был назван У. Липпманом «стереотип». Этим свойством стереотип отличается, скажем, от социальных настроений. К примеру, современные представления о женской эмоциональности и средневековые идеи о неспособности женщины контролировать свои чувства выглядят почти идентичными, равно как не изменились в течение тысячелетия представления о корреляции власти с мужским — разум-

¹⁰⁴ См.: Oakes P.J., Haslam S.A., Turner J.C. Op. cit. P. 17—18.

¹⁰⁵ Дискуссионным остается и вопрос, можно ли считать представление стереотипным, если люди его хорошо знают, но не разделяют или же если речь идет о разделяемом взгляде не целого общества, а социально-демографической либо иной группы (например, молодежи) (Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 323—325).

ным, справедливым, не подверженным эмоциям — началом. Налицо также сходство современных стереотипов мужской независимости, агентивности, ответственности с античными и средневековыми представлениями о том, что мужчина должен нести ответственность за «неразумную, безответственную женщину»¹⁰⁶.

Однако, подобно другим стереотипам¹⁰⁷, гендерные стереотипы эволюционируют вместе с изменением прочих социальных представлений и норм, а также статуса стереотипизируемых и стереотипизирующих групп. Ушли в прошлое однозначно разделяемые представления о мужчине как единственном кормильце и защитнике семьи и о женщине как о слабом и беспомощном создании, что во многом обусловлено резко возросшей в новейшее время ролью женщины в производстве общественных благ и в социальной жизни. Тем не менее можно констатировать, что трансформация гендерных стереотипов идет, во-первых, гораздо медленнее изменений социальных реалий, а во-вторых, многие представления о мужском и женском началах изменились на протяжении столетий — и содержательно, и особенно функционально — не столь значительно.

Очевидно, подвижность стереотипов гендерных определяется и такой чертой пола, как контекстуальность. Необходимо принимать во внимание все многообразие смыслов, заключенных в концептах маскулинности и фемининности; в зависимости от контекста эти смыслы актуализируются по-разному. Как заметила Дж. Скотт, «...мужчина и женщина — одновременно пустые и переполненные категории. Пустые, потому что они не имеют

¹⁰⁶ См.: Рябова Т. Б. Женщина в истории западноевропейского средневековья. Иваново, 1999. Гл. 1.

¹⁰⁷ Например, ухудшение во взаимоотношениях США и СССР после Второй мировой войны сопровождалось изменениями в американском стереотипе русских. Исследование конца 1940-х гг. выявило, что по сравнению с военным временем русских стали чаще характеризовать как жестоких и самодовольных и реже — как трудолюбивых и храбрых (Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C. Op. cit. P. 16).

окончательного, трансцендентного значения. Переполненные, потому что даже если они кажутся фиксированными, они все же содержат внутри себя альтернативные, отрицаемые или подавляемые дефиниции»¹⁰⁸.

В связи с этим стереотипы могут трактоваться как не только устойчивые, но и пластичные, гибкие; их содержание корректируется в зависимости от социального контекста — статуса субъекта и объекта стереотипизации, характеристики межгрупповых отношений, о чем подробнее речь пойдет в дальнейшем.

1.3. Гендерные стереотипы: содержание

Стереотипно мужские и стереотипно женские черты

В одном из первых эмпирических исследований гендерных стереотипов, предпринятом в 1968 г. группой ученых (И. Броверман, С. Фогель, Д. Броверман, П. Розенкранц, Ф. Кларксон)¹⁰⁹, респондентов просили атрибутировать те или иные характеристики (всего этих характеристик было 122) мужскому или женскому полу. В случае если более трех четвертей опрашиваемых определяли характеристику как «женскую» или как «мужскую», то ее относили к числу стереотипных. В результате был составлен перечень, состоявший из 12 «женских» и 29 «мужских» качеств. Среди первых исследователи отметили эмоциональность, чувствительность, разговорчивость, доброту, мягкость, сентиментальность; среди вторых — агрессивность, логичность, активность, амбициозность, грубость, неэмоциональность. Любопытно, что представители обоих полов демонстрировали высокий уровень согласия в отношении того, какие качества можно считать мужскими и какие женскими¹¹⁰.

¹⁰⁸ *Скотт Дж.* Указ. соч. С. 430.

¹⁰⁹ Несмотря на то что отдельные труды, посвященные стереотипному восприятию пола, появлялись и ранее, все же именно эту работу считают первым серьезным исследованием гендерных стереотипов, повлиявшим на дальнейшее изучение проблемы.

¹¹⁰ *Broverman I., Vogel S. R., Broverman D. M., Clarkson F. E., Rosenkrantz P. S.* Op. cit. P. 61, 71—74. Следует подчеркнуть, что из-

В стереотипном образе мужчины присутствуют качества, связанные с *деятельностью и активностью*. Среди них отметим предприимчивость, решительность, настойчивость, потребность в достижении цели и в соревновании, нонконформизм, жажду приключений, отвагу, самоконтроль, уверенность в своих силах, стремление к оригинальности, умение делать бизнес. Женщине, напротив, отказывается в этих качествах: ей приписываются пассивность, нерешительность, осторожность, забота о соблюдении норм, конформизм.

Кроме того, «мужскими» называются характеристики, соотносимые, как правило, с позициями *власти и управления*. Это прежде всего стремление к лидерству, амбициозность, власть, сила, ответственность, объективность, умение принимать решения, реалистичность. «Женскими» считаются такие характеристики, как покорность, беспомощность, зависимость, безответственность, слабость, вера в превосходство мужского пола, пристрастность, необъективность. Обратим внимание на то, что в перечисленных группах качеств стереотипный образ маскулинности намного разнообразнее по содержанию и при этом в отличие от фемининности имеет, безусловно, позитивную оценку.

Качества, характеризующие *когнитивную* сферу, также полярны как в содержательном, так и в оценочном плане. Логичность, рациональность, склонность к размышле-

вание принципиально другой методики исследования стереотипов существенно влияет на результаты. Так, Д. Бест и Дж. Вильямс, изучая содержание стереотипов маскулинности и фемининности в разных культурах, использовали методику семантического дифференциала. Они просили респондентов оценить степень выраженности определенных качеств у мужчин и женщин. При подобной методике приписывания мужчинам и женщинам диаметрально противоположных качеств (например, активности и пассивности) не произошло, хотя, тем не менее, мужчины (причем в большинстве исследуемых культур) оценивались как более активные, сильные и властные (*Williams J. E., Best D. L. Measuring Sex Stereotypes: A Thirty-Nation Study. Beverly Hills, 1982. P. 75—76*). В еще одном проводимом по той же методике исследовании активность мужчин по десятибалльной шкале была оценена в 7,2 балла, женщин — в 6,1 (см.: *Lips H. M. Op. cit. P. 7*).

нию, более быстрый ум, объективность и критичность восприятия, находчивость приписываются мужчине; меньшая способность рассуждать, иррациональность, нелогичность, некритичность восприятия и даже глупость — женщине. Вероятно, единственным социально одобряемым качеством женщины в когнитивной сфере является интуиция — качество, которое нередко противопоставляется ограниченности мужского разума как в философских построениях¹¹¹, в том числе в трудах теоретиков феминизма (например, К. Гиллиган), так и в обыденном сознании.

В эмоциональной сфере и маскулинность, и феминность содержат характеристики с разными знаками оценки — и позитивными, и негативными. «Мужские» характеристики — это способность отделить рациональные доводы от эмоциональных, сдержанность, хладнокровность; «женские» характеристики — это эмоциональность, восприимчивость, внушаемость, чувствительность, способность к состраданию, легкая смена эмоциональных состояний, уязвимость. Поскольку эмоциональность рассматривается в качестве атрибута женщины, постольку содержание этой части женского стереотипного образа богаче. Заслуживает внимания и то обстоятельство, что в этой сфере женственности приписывается значительно больше социально одобряемых свойств.

Гендерной стереотипизации подвергаются и характеристики, связанные с *процессом межличностного взаимодействия*. Образ женщины и здесь не столь однородный и однозначный. Обычно в качестве позитивных оцениваются такие «женские» качества, как жертвенность, доброта, заботливость, дружелюбие, тактичность, вежливость, отзывчивость, мягкость, нежность, застенчивость, целомудрие, любовь к детям. Среди негативных характеристик — непостоянство, ненадежность, хитрость, чрезмерная разговорчивость, ворчливость, одержимость идеей завести семью, трусость. В мужском стереотипе присутствуют как прямо-

¹¹¹ См.: Рябов О. В. Русская философия женственности.

та — так и коррелирующие с ней бестактность, грубость, резкость; как самообладание, надежность, взвешенность — так и черствость, эгоизм, бесчувственность, жестокость; как справедливость — так и отсутствие милосердия и жалости.

Наконец, 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)¹¹². Мужчина воспринимается в первую очередь как работник и гражданин, а женщина — как жена и мать¹¹³.

Большинство исследователей сегодня разделяет положение, согласно которому перечисленные гендерно маркированные качества достаточно легко могут быть объединены в две группы. И. Броверман вместе со своими коллегами на материале эмпирического исследования показала, что женщине приписываются прежде всего те качества, которые связаны с эмоциональной теплотой и экспрессивностью; мужчины — качества, связанные с компетентностью и рациональностью. «Мужские» свойства можно обозначить как качества действия и активности (агентивные, или инструментальные); «женские» — как качества межличностного общения (экспрессивные)¹¹⁴. При этом — что является принципиальным

¹¹² *Sreberny A., van Zoonen L.* Gender, Politics, and Communication: Introduction // Gender, Politics, and Communication. Hampton (N. J.), 2000. P. 4.

¹¹³ См., напр.: *Forisha B. L.* Sex Roles and Personal Awareness. Morristown, 1978. P. 24—28.

¹¹⁴ *Broverman I., Vogel S. R., Broverman D. M., Clarkson F. E., Rosenkrantz P. S.* Op. cit. Еще в 1955 г. Т. Парсонс и Р. Бэйлз в соответствии с духом структурного функционализма представляли семью как систему, организм, в котором роли матери и отца, мужчины и женщины различаются функционально. За ролью муж/отец закреплены инструментальные функции, которые связывают семью с миром окружающим (отец, в частности, является добытчиком и защитником, выполняет стоящие перед семьей организационные задачи, воспитывает детей, ориентируя их на жизнь в обществе). Женщина — жена и мать — выполняет экспрессивную функцию, она отвечает за межличностное взаимо-

для исследования стереотипизации в контексте отношений власти и подчинения — инструментальность/компетентность и экспрессивность / эмоциональная теплота составляют ядро стереотипов не только мужчин и женщин, но и других групп, находящихся в отношениях социальной иерархии. В результате исследования, выполненного под руководством С. Фiske (2002 г.), установлено, что группы с более высоким статусом обычно рассматриваются как обладающие высокой компетентностью, а низкостатусные группы — как обладающие хорошими навыками межличностного общения¹¹⁵. Ряд эмпирических исследований, проведенных еще до этой работы, выявил подобные тенденции в восприятии других низкостатусных групп: детей, этнических меньшинств, чернокожих в США, русских в западном дискурсе о России¹¹⁶. Очевидно, это определяется отмеченной тенденцией признавать более ценными те качества, которые ассоциируются с мужчинами, что представляет собой проявление гендерной асимметрии. В упомянутом исследовании И. Броверман и ее коллег было установлено, что инструментальные качества считаются более ценными, чем экспрессивные¹¹⁷.

Говоря о содержании гендерных стереотипов, необходимо учитывать следующее обстоятельство: поскольку стереотип функционирует как система, упорядоченная целостность, постольку один его компонент нередко оказывает влияние на другой, и на основании одной стереотипной черты человек достраивает образ в целом. Если мужчина описывается как берущий на себя домашние обязанности, излишне заботящийся о своей внешности, то его образ может коррелироваться не только со стереотипом женственности,

действие внутри семьи и эмоциональный баланс между членами семьи (см.: *Parsons T., Bales R. Family, Socialization and Interaction Process*. New York, 1955).

¹¹⁵ См.: *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping*. P. 438.

¹¹⁶ См., напр.: *Рябов О. В. «Mother Russia»: Гендерный аспект образа России в западной историософии // Общественные науки и современность*. 2000. № 4.

¹¹⁷ *Broverman I., Vogel S. R., Broverman D. M., Clarkson F. E., Rosenkrantz P. S. Op. cit.* P. 65, 68.

но и с образом гомосексуальности¹¹⁸. К. Дио и Л. Л. Льюис выдвинули предположение, что не все компоненты гендерных стереотипов оказывают равное влияние на восприятие мужчин и женщин. Приоритетными, по их мнению, являются характеристики внешности и телесности, то есть физические атрибуты¹¹⁹. Впоследствии эта проблема получала и иную интерпретацию. Ряд исследователей, соглашаясь с идеей о взаимовлиянии различных компонентов гендерных стереотипов, высказывали мысль о том, что социальный статус и социальные роли стереотипизируемого влияют на его восприятие (в том числе через стереотипы) в значительно большей степени, чем физические черты¹²⁰.

Задачи эмпирического исследования закономерностей функционирования гендерных стереотипов в современной российской политике предполагают выявление стереотипных представлений о мужчинах и женщинах, разделяемых нашими респондентами. В проведенном нами анкетном опросе¹²¹ респонденты должны были ответить, какие качества из предложенного списка (30 единиц) можно считать мужскими, женскими или же присущими представителям обоих полов. Оговоримся, что в список мы включили только те стереотипно мужские (например, сила, решительность, самообладание) и стереотипно женские (миролюбие, терпеливость, эмоциональность) качества, которые являются релевантными отношениям власти и подчинения.

¹¹⁸ *Deaux K., Lewis L. L. Op. cit. P. 191.*

¹¹⁹ *Ibid.* В ходе эксперимента Н. Фридмэн и Л. А. Зебрович был установлен ряд корреляций, связанных с влиянием внешнего облика на восприятие персональных качеств человека. Так, чем более высоким и широкоплечим был мужчина, изображенный на фотографии, тем больше маскулинных характеристик ему приписывали воспринимающие. Мужчины, обладающие лицом с чертами, которые обычно считают детскими или женскими, оценивались как мягкие и невластные (*Zebrowitz L. A. Physical Appearance as a Basis of Stereotyping // Stereotypes and Stereotyping. P. 83, 86, 93).*

¹²⁰ См.: *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 440.*

¹²¹ Опрос проводился в мае 2007 г. Выборка (стратифицированная, непропорциональная) репрезентативна для г. Иванова. N = 400.

Таблица 1.1

**Мнение респондентов о том, с кем — мужчинами
или женщинами — у них ассоциируются
персональные качества, % от числа опрошенных**

С кем у Вас ассоциируются следующие качества?	С мужчинами	С женщинами	С теми и другими	Не знаю
Сила	85,8	2,3	9,7	2,2
Жесткость, твердость	74,3	2,5	20,4	2,8
Самообладание	61,1	9,7	24,6	4,6
Надежность	53,0	11,4	31,1	4,5
Решительность	50,8	11,4	35,2	2,6
Ум	24,8	7,6	66,1	1,5
Справедливость	20,9	14,2	58,0	6,9
Ответственность	20,8	28,1	49,6	1,5
Стремление к победе	77,7	9,4	0	12,9
Воля	47,3	8,4	41,2	3,1
Амбициозность	38,7	16,7	34,7	9,9
Честность	16,1	11,7	63,8	8,4
Терпеливость	10,3	65,5	20,9	3,3
Миролюбие	8,3	54,2	32,5	5,0
Тактичность	7,1	46,2	40,3	6,4
Доброта, отзывчивость	5,1	48,5	43,9	2,5
Эмоциональность	3,3	72,2	23,2	1,3
Пассивность	29,6	19,6	25,7	25,1
Владение ситуацией	50,3	18,2	0	31,5
Трусость	27,3	14,6	27,9	30,2
Внушаемость	11,1	51,7	25,4	11,8
Непредсказуемость	7,4	73,0	13,5	6,1
Слабость	6,3	59,4	22,1	12,2
Легкая смена убеждений	10,7	64,8	0	24,5
Уклонение от вызова	25,5	37,0	0	37,5
Уступчивость	13,4	65,3	17,8	5,5
Стремление к компромиссу	23,9	64,8	0	11,3
Решение проблем обходным путем	13,1	64,9	0	22,1

Респонденты дали ответы, свидетельствующие о том, что они разделяют стереотипные мнения о специфике полов. Так, силу уверенно приписали мужчине 85,8 % респондентов, женщине — лишь 2,3 %, и 9,7 % атрибутировали ее и тем и другим. Наоборот, слабость ассоциировали с женщинами 59,4 % респондентов, с мужчинами — лишь 6,3 %. Чисто женскими характеристиками считали и терпеливость (65,5 %), и миролюбие (54,2 %), и внушаемость (51,7 %), и легкую смену убеждений (64,8 %). В таблице 1.1 показано, как распределились мнения респондентов в отношении ряда упоминаемых качеств.

Как явствует из таблицы, «мужскими» респонденты считают силу, жесткость и твердость, самообладание, властность, надежность, решительность, стремление к победе; «женскими» — эмоциональность, доброту и отзывчивость, заботу, слабость, тактичность, непредсказуемость, миролюбие, терпеливость, внушаемость, уступчивость, легкую смену убеждений, стремление к компромиссу, стремление действовать не прямо, а в обход.

Распределение ответов по полу показало тенденцию, которая свидетельствует об ингрупповом фаворитизме в функционировании гендерных стереотипов: негативные качества приписываются представителям противоположного пола, а позитивные — своего. Скажем, такое качество, как независимость, респонденты вдвое чаще атрибутировали мужчинам, чем женщинам; при этом среди 35 % респондентов, ассоциировавших независимость с первыми, было 68 % мужчин и 32 % женщин; напротив, из 16 % посчитавших, что независимость — это женское качество, 73 % составляли женщины и лишь 27 % — мужчины. Аналогичным образом 68 % расценивших трусость как качество мужчины — женщины и только 32 % — мужчины; 76,4 % тех, кто считают трусость качеством женщин, — мужчины. Данная закономерность прослеживается при оценке многих характеристик (табл. 1.2).

Таблица 1.2

**Распределение мнений респондентов о том,
с кем — мужчинами или женщинами — у них ассоциируются
персональные качества, в зависимости от их пола,
% от числа опрошенных**

Качества	С мужчинами		С женщинами	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Сила	50,4	49,6	22,2	77,8
Трусость	32,0	68,0	76,4	23,6
Справедливость	74,4	25,6	62,5	37,5
Независимость	68,1	31,9	27,0	73,0
Ответственность	79,3	20,7	32,4	67,6
Самообладание	57,5	42,5	21,1	78,9
Пассивность	31,0	69,0	72,0	28,0
Решительность	60,8	39,2	31,1	68,9
Уверенность	66,1	33,9	23,1	76,9
в своих силах				
Ум	65,3	34,7	36,7	63,3
Терпеливость	65,9	34,1	41,5	58,5
Слабость	33,3	66,7	51,8	48,2
Воля	59,5	40,5	27,3	72,7
Стремление к компромиссу	72,6	27,4	37,7	62,3
Уклонение от вызова	30,0	70,0	62,8	37,2
Контроль над ситуацией	60,4	39,6	18,3	81,7

Виды гендерных стереотипов

Как правило, при описании содержания гендерных стереотипов имеют в виду среднюю женщину и среднего мужчину, не принимая во внимание каких-либо других статусных характеристик личности. Однако «женщина вообще», равно как и «мужчина вообще», не существует. Человек обладает множеством статусных позиций, определяемых этничностью, возрастом, социальным классом, профессиональной принадлежностью и многими другими факторами. Поскольку же имеются устойчивые мнения о том, какие черты характерны для представителей каждого статуса, то резонно предположить, что содержание гендерных стереотипов корректируется при появлении дополнительной информации о статусных позициях индивидов; иными словами, на восприятие мужчин и женщин влияют этнические, возрастные, профессиональные стереотипы.

Роль этнического/расового фактора в модификациях гендерных стереотипов исследовалась особенно часто (прежде всего, по понятным причинам, на американском материале). Было установлено, что чернокожие мужчины в США воспринимаются иначе, чем белые: как менее компетентные, менее независимые, менее агентивные, а черные женщины, напротив, как более активные, более независимые и менее эмоциональные, чем белые женщины¹²²; последнее связано с исторически более активной ролью чернокожих женщин на рынке труда. Латиноамериканским мужчинам приписывают гипермаскулинность¹²³, а женщинам — особую женственность, любовь, материнство, выносливость¹²⁴. Существует специфика восприятия французенок и французов, немцев и немок, женщин и мужчин из других национальных групп. Ниже мы вернемся к вопросу о стереотипах русского мужчины и русской женщины.

Не менее важным фактором, корректирующим гендерные стереотипы, выступают возрастные стереотипы. Например, поскольку с возрастом женщины становятся все более агентивными, то в стереотип женственности вносятся коррективы, связанные с оценкой ее деятельности, активности и социального положения¹²⁵. Модифицирует стереотипы также сексуальная ориентация (содержание стереотипа женственности во многом совпадает со стереотипом мужской гомосексуальности)¹²⁶, классовая принадлежность (женщина из низшего класса часто описывается как более пассивная и безответственная, чем представительница среднего класса)¹²⁷.

¹²² Basow S. Op. cit. P. 4; Lips H. M. Op. cit. P. 16; см. также: Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 452.

¹²³ Zinn M. B. Chicano Men and Masculinity // Men's Lives / M. S. Kimmel, M. A. Messner (Eds). Boston, 2001. P. 25—27.

¹²⁴ Lips H. M. Op. cit. P. 17.

¹²⁵ Ibid. P. 20.

¹²⁶ Ibid. P. 9; Deaux K., Lewis L. L. Op. cit. P. 191.

¹²⁷ Landrine H. Race and Class Stereotypes of Women // Sex Roles. 1985. Vol. 1/2 (13). P. 69; Basow S. Op. cit. P. 4. Кроме того, считается, что гендерные стереотипы и распространены намного меньше в среде высшего и среднего классов, что связано с увеличением роли других значимых статусных позиций. При этом, как свидетельствуют

Подчеркивание в стереотипе двух статусов (русская бабушка, молодой политик, деловая женщина, адвокат-чеченец) не означает автоматического сложения соответствующих характеристик. Образуется некое особое содержание, которое частично совпадает и с тем и с другим; кроме того, могут появиться и новые смыслы. Так, стереотипные представления о чернокожих женщинах-адвокатах, которые разделяет большинство современных американцев, предполагают, что те готовы активно бороться за права бедных женщин, то есть им приписывают черту, которая не ассоциируется ни с категорией женщин, ни с категорией чернокожих, ни с категорией адвокатов. Поэтому исследователи выделяют особые виды стереотипов тех социальных групп, которые основаны на нескольких социальных статусах. Они полагают, что данным социальным группам приписываются вполне определенные, разделяемые и устойчивые черты, не сводящиеся к сумме характеристик каждого из статусов, что позволяет говорить об их стереотипизации¹²⁸.

Помимо того что меняется содержание стереотипов групп, основанных на нескольких статусах, меняется и их оценочная сторона. Как было установлено исследованиями Ж. К. Дешама и В. Дуаза (1978), при подобном пересечении стереотипов ингрупповой фаворитизм понижается¹²⁹.

Виды, по всей вероятности, существуют у каждого стереотипа. Например, стереотипизируя матерей, человек, с одной стороны, выделяет традиционные черты материнства, связанные с повседневной заботой о детях и социальными проблемами данной группы; с другой — различает в качестве отдельных групп с особыми социальными про-

исследования, классовая принадлежность женщин оказывается более значимым фактором для воспринимающих, чем классовая принадлежность мужчин (*Liddle J., Michielsens E. Gender, Class, and Political Power // Gendering Elites: Economic and Political Leadership in 27 Industrialized Societies / M. Vianello, G. Moore (Eds). Basingtoke, 2000. P. 23; Lips H. M. Op. cit. P. 20).*

¹²⁸ *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 449.*

¹²⁹ См.: *Hinton P. R. Op. cit. P. 118.*

блемами работающих матерей, незамужних матерей, приемных матерей¹³⁰, подчеркивая не только общее, но и специфическое. Гетерогенность пола обнаруживает себя и в вариативности гендерных стереотипов; в каждом социуме есть стереотипы, ассоциируемые с маскулинностью гегемонной и маскулинностями маргинальными, равно как и с различными типами фемининности («старая дева», «синий чулок», «феминистка» и др.).

Признание того, что виды стереотипов аккумулируют атрибуты нескольких социальных статусов, ставит вопрос о том, какие же именно статусные позиции наиболее значимы при стереотипизации той или иной личности (скажем, женщина-автолюбитель воспринимается в первую очередь как женщина или же как автолюбитель?). Этот вопрос является дискуссионным. Согласно одной точке зрения, наиболее значимы характеристики, связанные с достигаемым, а не предписанным статусом индивида, а также с девиантностью (например, гомосексуальность). Иными словами, на восприятие молодой женщины — налогового инспектора ее профессиональный статус оказывает большее влияние, чем пол или возраст¹³¹. В работе К. Дио и Л. Л. Льюиса показано, что любая дополнительная информация о статусной позиции индивида снижает роль гендерных стереотипов в его или ее восприятии¹³². Представители другой точки зрения исходят из того, что такие значимые для человека категории, как гендер и религия, доминируют над всеми прочими¹³³. Наконец, третьи придерживаются мнения о ситуативном характере стереотипизации индивида. Категоризация, которая и выступает основой стереотипизации, происходит в зависимости от того, какой тип групповой идентичности становится в той или иной ситуации для человека наиболее значимым. Так, если для женщины-адвоката, работающей в мужском коллективе, значима ее гендерная

¹³⁰ *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 450.*

¹³¹ *Ibid. P. 82.*

¹³² *Deaux K., Lewis L. L. Op. cit.*

¹³³ *См.: Hinton P. R. Op. cit. P. 118.*

идентичность, то самокатегоризация акцентирует различия между полами, сглаживая при этом различия внутри группы женщин. Когда же она воспринимает себя как адвоката, то более значимым для нее становится различие между адвокатами и врачами; при этом других адвокатов, включая мужчин, она воспринимает как похожих на себя¹³⁴.

Таким образом, содержание гендерных стереотипов, хотя и кажется достаточно устойчивым набором характеристик мужчин и женщин, находится в значительной зависимости от социального контекста, что создает предпосылки для превращения их в ресурс власти и для манипулирования ими в политическом дискурсе.

Стереотипы русского мужчины и русской женщины

Посмотрим, каким образом на содержание стереотипов мужчины и женщины влияет социальный контекст. Одной из гипотез исследования было предположение о том, что содержание гендерных стереотипов частично меняется в случае обозначения дополнительных статусов стереотипизируемой группы. В ходе анкетного опроса мы поставили цель выявить, во-первых, в какой степени соответствуют гендерным стереотипам представления о русском мужчине и русской женщине, во-вторых, влияет ли на представления респондентов фактор ингруппового фаворитизма.

Респондентам было предложено указать черты, характерные для русского мужчины и русской женщины (вопрос был полузакрытым, на выбор предлагались 20 качеств). Первое, что следует констатировать, — образ русской женщины оказался безусловно позитивным: в первой десятке качеств, называемых респондентами, вообще отсутствовали те, которые оцениваются негативно. Чаще всего респондентами отмечались следующие качества русских женщин:

- красота (53,8 %),
- хозяйственность (52,8 %),
- трудолюбие (50,5 %),
- заботливость (43,9 %),

¹³⁴ См.: *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping*. P. 234—237.

- женственность (42,1 %),
- доброта (37,1 %),
- образованность (31,5 %),
- ум (29,4 %),
- сила (21,6 %),
- душевность (20,8 %),
- независимость (20,1 %),
- верность (19,5 %).

Лишь небольшая часть респондентов назвала их слабыми (3,2 %), пассивными (1,9 %) и ленивыми (1,5 %). В этом образе присутствовали как стереотипно женские черты, экспрессивные характеристики (заботливость, доброта, душевность), так и те, которые не совпадают со стереотипом женщины. Прежде всего отметим наличие в образе маркеров силы и независимости, которые традиционно приписываются мужчинам, а также отсутствие слабости и пассивности.

Столь позитивный образ русской женщины легко было бы объяснить ингрупповым фаворитизмом, закономерностями противопоставления Своих и Чужих, если бы представление о русском мужчине, разделяемое респондентами, не оказалось достаточно неоднозначным, включая в себя и позитивные, и негативные качества (в числе которых, например, пассивность и несамостоятельность). Перечислим наиболее часто встречавшиеся варианты ответов; для русских мужчин характерны:

- злоупотребление алкоголем (49 %),
- выносливость (42,3 %),
- патриотизм (35,4 %),
- мужественность (30,3 %),
- сила (27,2 %),
- непритязательность (24,9 %),
- ум (23,1 %),
- безынициативность (23,3 %),
- зависимость от женщин (22,1 %),
- отзывчивость (21,3 %),
- трудолюбие (20,3 %).

Независимость отметили лишь 8,7 %, а властность — 10,5 %. Показательны и те качества, которые респонденты предлагали сами: по их мнению, русский мужчина слабый, бесхарактерный, безответственный, ненадежный, ленивый, пассивный, самолюбивый, избалованный, терпеливый, «жадный до халявы». Эти характеристики составили в сумме более 10 %. В качестве несоответствия стереотипному образу мужчины следует указать и приписывание нашим соотечественникам безынициативности, зависимости от женщины, отзывчивости, а также низкий уровень атрибутирования им независимости и силы.

Таким образом, при оценке группы, обладающей двумя статусами (гендерным и этническим), содержание гендерных стереотипов, как и предполагалось нами, изменилось под влиянием этнических аутостереотипов.

Обратим внимание на то обстоятельство, что уровень приписывания русскому мужчине безынициативности, пассивности и зависимости от женщин достаточно высок, но семь-десять лет назад в России он был гораздо выше, о чем свидетельствуют и лингвистические, и социологические исследования¹³⁵. Напротив, уровень атрибутирования русским мужчинам характеристик, составляющих традиционный стереотип мужчины (в том числе силы, мужества, решительности, инструментальных качеств), значительно вырос за этот период. Очевидно, подобная динамика обусловлена обретением нашими соотечественниками большей экономической самостоятельности и социальной независимости за последние годы, с одной стороны, и ремаскулинизацией нацио-

¹³⁵ Результаты лингвистического эксперимента А. В. Кирилиной см.: *Кирилина А. В.* Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999. В упоминавшемся дипломном исследовании (Т. В. Жесткова, Т. Б. Рябова, г. Иваново, 2003 г.) на открытый вопрос о качествах русского мужчины самыми частыми ответами были «слабость» и «лень». О том, как образ сильной женщины в России нередко дополняется образом слабого мужчины, см.: *Рябов О. В.* Миф о русской женщине в отечественной и западной историософии // Филол. науки. 2000. № 3.

нальной идентичности, связанной в числе прочего и с определенной демаскулинизацией Запада, — с другой¹³⁶.

Понятным этот тезис становится, если сравнить рассмотренные образы русских мужчин и русских женщин с образами представителей тех наций, которые выполняют роль «значимых Других» в коллективной идентичности русских. В связи с этим для нашего исследования оказывается эвристичным положение Дж. Моссе о том, что помимо позитивного стереотипа существует и негативный; эти два стереотипа поддерживают и взаимообуславливают друг друга. Так, маскулинный стереотип укрепляется существованием стереотипа женщины, «который не только потерпел неудачу в достижении идеала, но чьи душа и тело являются оппозицией подлинной маскулинности». Иными словами, негативный стереотип — это противоположность нормативной маскулинности¹³⁷.

Одним из негативных стереотипов в современной России является стереотип американца. Пилотажное исследование, которое было проведено нами в 2006 г. в г. Иванове, преследовало цель изучить гендерные аспекты антиамериканизма. Оно показало, что американские женщины воспринимались в значительно меньшей степени женственными по сравнению с русскими, а русские мужчины получали более высокие оценки по позициям маскулинности, чем американцы¹³⁸.

Таким образом, на содержание стереотипов влияет характер социальных (и политических) взаимоотношений групп — субъектов и объектов стереотипизации, а также фактор ингруппового фаворитизма.

Дополнительную информацию об ингрупповом фаворитизме дает анализ степени разделяемости стереотипов

¹³⁶ Рябова Т. Б., Рябов О. В. «Россия поднимается с колен»: Ремаскулинизация и новая российская идентичность // *Личность. Культура. Общество*. 2008. Т. 10. Вып. 3 (42).

¹³⁷ Mosse G. *The Image of Man: The Creation of Modern Masculinity*. Oxford, 1996. P. 6, 12.

¹³⁸ Рябова Т. Б., Лямина А. А. Антиамериканизм по-ивановски: (К вопросу о гендерном измерении этнических стереотипов) // *Границы: Альм. Центра этнических и национальных исследований ИвГУ*. Иваново, 2007. Вып. 1. Этническая ситуация в Ивановской области.

русской женщины и русского мужчины гендерными и возрастными группами. Как и ожидалось, респонденты женского пола чаще приписывали русской женщине позитивные качества, чем мужчины: «ум» и «образованность» — вдвое, а «независимость» — втрое. Мужчины, в свою очередь, втрое чаще, чем женщины, называли русского мужчину решительным и вдвое — трудолюбивым (рис. 1.1 и 1.2).

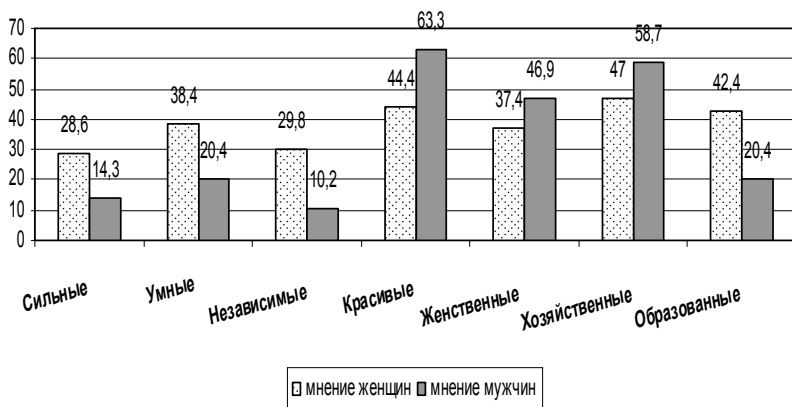


Рис. 1.1. Качества русской женщины, % от числа опрошенных

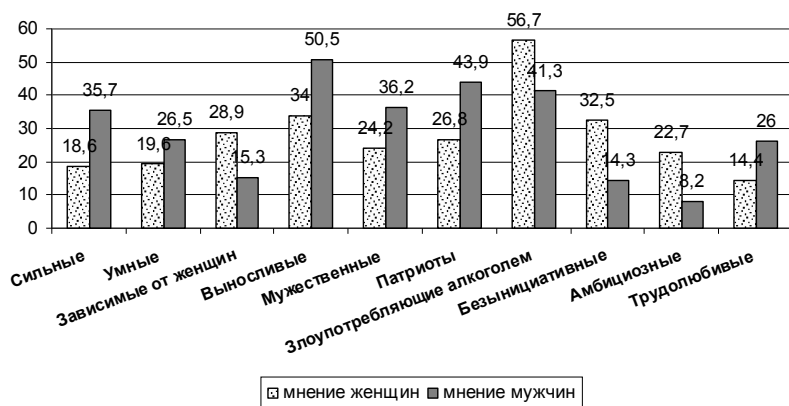


Рис. 1. 2. Качества русского мужчины, % от числа опрошенных

Таким образом, взгляды мужчин и женщин существенно различаются; это дает основание заключить, что предположение об ингрупповом фаворитизме находит подтверждение.

Достаточно очевидна и различная степень разделяемости гендерных стереотипов в зависимости от возраста индивидов; для людей из старшей возрастной группы большую ценность в русской женщине имеют трудолюбие и доброта, а меньшую — независимость и красота (хотя от возраста респондентов практически не зависят такие характеристики женщины, как «умная», «хозяйственная», «образованная», «покорная», «верная»).

Таблица 1.3

**Оценка респондентами качеств русской женщины
в зависимости от их возраста, % от числа опрошенных**

Качества русской женщины	18—25 лет	26—35 лет	35—55 лет	56 лет и старше
Сила	25,0	27,3	18,2	15,6
Трудолюбие	37,0	51,5	50,0	63,5
Независимость	22,0	24,2	18,0	15,6
Красота	68,0	57,6	51,5	37,5
Доброта	33,0	26,3	42,4	46,9

Что касается русских мужчин, то с увеличением возраста респонденты реже считают их независимыми, умными, уверенными в себе, властными, амбициозными и чаще — неприязательными, отзывчивыми, честными и злоупотребляющими алкоголем. Например, количество людей, полагающих, что нашим соотечественникам свойственно излишнее пристрастие к горячительным напиткам, в возрастной группе «от 18 до 25 лет» составляет 37,8 %; затем же эта цифра, неуклонно увеличиваясь, достигает 53,7 % в возрастной группе «56 лет и старше». Если молодые люди выбирали такие варианты, как «уверенные в себе», «независимые», «амбициозные», «властные» соответственно в 25,5, 12,2, 19,4 и 17,3 % случаях, то для представителей самого старшего поколения эта цифра составила 12,6, 4,2, 9,9 и 9,2 %.

Для нашего исследования особый интерес представляет такой фактор, влияющий на разделяемость стереотипа, как политические предпочтения респондентов. В отношении русских женщин данный фактор не был очень значимым¹³⁹. Больше различий в зависимости от политических предпочтений респондентов в стереотипе русского мужчины. Например, образ русского мужчины, который разделяют сторонники партий «Единая Россия» и ЛДПР, — очень маскулинный, основанный на инструментальных качествах. Сторонники «Яблока», напротив, значительно реже, чем приверженцы «Единой России», КПРФ и ЛДПР, называли русских мужчин мужественными, сильными, уверенными в себе, решительными, амбициозными¹⁴⁰.

Таким образом, содержание гендерных стереотипов, которое кажется стабильным и неизменным, находится под влиянием социального контекста. В случае появления у стереотипизируемой группы дополнительного статуса оно корректируется, обнаруживая тем самым зависимость от характера социальных отношений между субъектом и объектом стереотипизации.

¹³⁹ В верхней части списка фигурировали одни и те же качества — красота, женственность, хозяйственность. Можно отметить лишь, что трудолюбие русских женщин акцентируют сторонники КПРФ (65,5 % всех респондентов, обозначивших свои предпочтения в пользу этой партии, сделали такой выбор, в то время как у сторонников «Единой России» — 51,6 %, «Яблока» — 41,7 %, ЛДПР — 39,1 %). Образованными русских женщин чаще считают сторонники «Яблока» и «Единой России», чем приверженцы КПРФ и ЛДПР (соответственно 41,7, 36,1, 24,1 и 17,4 %).

¹⁴⁰ Рискнем высказать предположение, что это различие было вызвано особенностями возрастного состава электората КПРФ. В нашем опросе те, кто отметили свою близость к данной партии, относились преимущественно к старшим возрастным группам: если среди сторонников «Единой России», ЛДПР, «Справедливой России» и «Яблока» представителей возрастной группы «56 лет и старше» было соответственно 25,4, 13, 29,4 и 38,5 %, то среди сочувствующих КПРФ — 60 %.

Таблица 1.4

**Оценка респондентами качеств русского мужчины
в зависимости от их политических предпочтений,
% от числа опрошенных¹⁴¹**

Качества русского мужчины	Взгляды какой партии Вам ближе?				
	ЕР	КПРФ	ЛДПР	«Яб- локо»	Ника- кой
Мужественность	35,0	34,5	39,1	15,4	25,0
Сила	31,7	27,6	30,4	15,4	23,6
Отзывчивость	15,0	24,1	8,7	23,1	24,3
Ум	24,2	10,3	34,8	30,8	23,6
Надежность	17,5	6,9	30,4	15,4	16,0
Уверенность в себе	20,0	13,8	21,7	7,7	15,3
Решительность	15,8	13,8	13,0	7,7	3,5
Злоупотребление алкоголем	45,8	55,2	34,8	76,9	49,3
Зависимость от женщин	18,3	31,0	17,4	15,4	22,9
Непритязательность	16,7	37,9	13,0	38,5	28,5

1.4. Гендерные стереотипы: функции

Дальнейшее исследование сущности гендерных стереотипов предполагает анализ их функций — прежде всего тех, которые характеризуют роль стереотипов в организации социального порядка и отношений власти и подчинения.

Г. Тэджфел, автор наиболее известной классификации функций социальных стереотипов, предложил различать две группы функций — работающие на индивидуальном и на социальном уровнях. К числу первых он относил *когнитивную* функцию, которая позволяет говорить о стереотипах как необходимым элементе процесса познания, и

¹⁴¹ Здесь и далее в тексте таблиц использованы следующие сокращенные обозначения политических партий: ЕР — «Единая Россия», КПРФ — Коммунистическая партия Российской Федерации, ЛДПР — Либерально-демократическая партия России, СР — «Справедливая Россия», СПС — Союз правых сил.

защитную (ценностно-защитную), направленную на создание и сохранение положительного «Я-образа». К числу вторых — идеологизирующую функцию, ответственную за формирование и поддержание групповой идеологии (в том числе оправдывающую поведение группы, предлагающую ее членам социально приемлемое объяснение событий и поступков), и идентифицирующую, предполагающую создание и сохранение положительного группового «Мы-образа» (в том числе снабжающую группу средствами для позитивной групповой самооценки и поощряющую групповые действия)¹⁴².

В современном социально-гуманитарном знании подход Г. Тэджфела в определении функций стереотипов остается ведущим. Советские, а впоследствии и российские исследователи также подчеркивали социальный контекст стереотипов, их зависимость от межгрупповых отношений. П. Н. Шихирев, один из первых отечественных ученых, обратившихся к теории социальных стереотипов, полагал, что у стереотипов есть несколько аспектов — когнитивный, аффективный, социально-психологический (стереотипы исследуются в этом случае в качестве образа человека как представителя той или иной группы) и социологический (стереотип изучается как элемент, участвующий в процессе функционирования социальных групп и общностей). То, что этот исследователь выделяет социологические аспекты стереотипизации, в немалой степени вытекает из его трактовки стереотипа как социальной установки, которая предполагает реагирование в виде конкретного социального действия¹⁴³. Важность социального контекста процесса сте-

¹⁴² *Tajfel H.* Op. cit. P. 146. П. Н. Шихирев определяет функции стереотипов как когнитивную, связанную с формированием картины мира, в том числе и «Я-образа», и защитную, направленную на ее сохранение (*Шихирев П. Н.* Современная социальная психология в Западной Европе. М., 1986. С. 111).

¹⁴³ *Шихирев П. Н.* Психологические проблемы социальной регуляции поведения. М., 1976. С. 290; см. также: Он же. Социальная психология. М., 2000.

реотипизации, в том числе роль стереотипов в межгрупповых отношениях, подчеркивал и другой известный отечественный ученый В. С. Агеев¹⁴⁴. Таким образом, рассмотрение социального стереотипа включается в более широкий социальный контекст.

Однако социальная роль стереотипов, на наш взгляд, не сводится к проблеме отношений между группами, даже группами большими (например, социально-демографическими). Социальные стереотипы являются элементом духовной культуры наряду с ценностями, нормами, обычаями, знаниями. Интерпретация культуры как системы, в которой все элементы взаимосвязаны и взаимообусловлены (Т. Парсонс), создала новые возможности изучения социальных функций стереотипов, в том числе их роли в поддержании взаимодействия с другими элементами системы. Поскольку культура является лишь одной из подсистем общества, то резонно предположить, что стереотипы могут включаться в социальную систему как таковую, а также в его другие подсистемы¹⁴⁵.

Мы поддерживаем деление функций стереотипов на психологические и социальные. При этом, разумеется, необходимо отдавать себе отчет в том, что эти две группы функций связаны между собой самым тесным образом. Восприятие группы или индивида субъектом стереотипизации не может быть свободно от влияния социального статуса, социальных условий взаимодействия субъекта и объекта стереотипизации, ценностно-нормативной структуры общества. И в свою очередь, использование стереотипа, например, в качестве санкции, элемента социального контроля, соотносится с психологическими процессами.

¹⁴⁴ Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М., 1990; Он же. Психологическое исследование социальных стереотипов // *Вопр. психологии*. 1986. № 1.

¹⁴⁵ Согласно классификации Т. Парсонса помимо культурной подсистемы существуют политическая подсистема, социальная подсистема и система родства (*Парсонс Т. Система современных обществ*. М., 1998. С. 23).

К *психологическим* функциям гендерных стереотипов отнесем когнитивную и ценностно-защитную; к *социальным* — функцию социального контроля, социализационную функцию, интеграционную функцию и функцию поддержания отношений власти и подчинения. По всей вероятности, эти функции выполняют и другие виды социальных стереотипов, хотя и в различной степени.

Психологические функции

Когнитивная функция. Когнитивная функция стереотипов состоит в упрощении и систематизации знания, получаемого индивидом из окружающей среды. Сверхупрощенная картина социальной реальности, которая создается с помощью схематизированных образов, помогает человеку представить сложный и бесконечно многообразный мир в очень простых категориях — тот становится понятнее и доступнее, чем есть на самом деле. Таким образом стереотипы экономят усилия индивида при восприятии сложных объектов. Если мы заблудимся в незнакомом городе, то скорее всего обратимся к полицейскому или таксисту, пишет П. Р. Хинтон. Нам нужно быстро отличить продавца от покупателей в супермаркете, если мы хотим успешно что-то купить. Точно так же мы нуждаемся в том, чтобы отличать «друзей» от «врагов», поскольку мы вовлечены в различные отношения с этими двумя группами и имеем различные экспектации относительно их поведения¹⁴⁶. В этой перспективе стереотипы отнюдь не являются ошибочными; они используются не просто для того, чтобы упростить мир, но для репрезентации его в имеющей значение форме¹⁴⁷.

Иными словами, пытаясь интерпретировать окружающую действительность, человек обращается за помощью к знакомой информации, помещая воспринимаемого индивида в подходящую категорию. При этом за пределы самой первичной информации об объекте индивид в про-

¹⁴⁶ Hinton P. R. Op. cit. P. 21—22.

¹⁴⁷ Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G. Op. cit. P. 104.

цессе познания выходит лишь тогда, когда данный объект становится релевантным его текущим целям. Используя язык социологии, можно сказать, что субъект стереотипизации наделяет объект социальной ролью и социальным статусом, что помогает ему понять, почему человек таков и почему он поступает так или иначе (например, иностранец чрезвычайно галантен по отношению к женщине — неудивительно, ведь он француз). В связи с этим следует упомянуть и еще одну когнитивную составляющую стереотипизации — социальную каузальную атрибуцию, то есть приписывание индивиду мотивов поведения на основании его групповой принадлежности. Применительно к гендерной стереотипизации можно привести немало примеров, в том числе из политической жизни — как из далекого прошлого¹⁴⁸, так и из текущей политики. Например, если политик-мужчина пересматривает свое решение, то это скорее трактуется как проявление мудрости, необходимой гибкости, политической хитрости; если же так поступает политик-женщина, то это намного чаще расценивается как свидетельство женской слабости и женского непостоянства.

Стереотипы помогают не только объяснить, но и предсказать дальнейшее поведение группы или члена группы (например: «Это женщина, следовательно, она будет более заботливой по отношению к детям»). В случае отсутствия индивидуализирующей информации такой стереотип позволяет оперативно принять решение (скажем, при найме персонала). Этому же способствует и индуктивный потенциал стереотипов¹⁴⁹ — они помогают достроить

¹⁴⁸ Скажем, когда Иван Грозный получил отказ на предложение руки и сердца английской королеве Елизавете I, то он объяснил данный поступок, продиктованный в первую очередь политическими мотивами, неразумностью женской природы — «...потому как ты есть пошлая девица» (см.: *Рябова Т. Б.* Идеал женщины — правительницы дома в позднее средневековье: (По русским и итальянским источникам) // *Женщина и российское общество: научно-исторический аспект.* Иваново, 1995. С. 38).

¹⁴⁹ *Schneider D. J.* The Psychology of Stereotyping. P. 88—89.

картину окружающей социальной реальности; знание, полученное когда-либо об одном представителе группы, человек распространяет на всю его группу.

Таким образом, стереотипизация является для человека когнитивной необходимостью. Именно это обстоятельство имел в виду Д. Шнайдер, когда образно выразил идею о стереотипе как неотъемлемом атрибуте социальности: «Программа “Скажи нет стереотипам” обречена на неудачу»¹⁵⁰.

Когнитивная функция стереотипов на первый взгляд характеризует чисто психологические механизмы восприятия. Однако данная функция тесно связана с социальными процессами. Это демонстрирует, например, экологическая теория социального восприятия Л. Макатура и К. Бэрона (1983)¹⁵¹; ученые полагают, что восприятие мира в упрощенных категориях способствует социальной адаптации, помогает человеку оперативно принять оптимальное решение о форме поведения в той или иной ситуации, что нередко является необходимым условием его выживания¹⁵². Это позволяет ряду исследователей обозначить данную функцию стереотипов как не просто когнитивную, а когнитивно-адаптационную¹⁵³.

Подчеркнем, что применительно к различным видам социальных стереотипов когнитивная функция имеет неодинаковую значимость. Скажем, схематизированный и упрощенный образ какой-либо нации иногда остается для индивида на протяжении всей его жизни единственным (и к тому же не подкрепленным личным опытом) источником информации. Информацию же о различиях полов, о том, каковыми должны быть мужчины и женщины, индивид получает постоянно — и в ходе индивидуальных когнитивных процессов, и в

¹⁵⁰ Ibid. P. 566.

¹⁵¹ См.: Ottavi V., Lee Y.-T. Op. cit. P. 42.

¹⁵² Baron R. M. An Ecological View of Stereotype Accuracy // Stereotype Accuracy.

¹⁵³ См., напр.: Метелкина Ю. С. Социальные стереотипы: процессы формирования, виды и использование в политике (информационный подход): Автореф. дис. ... канд. социол. наук. Новосибирск, 2002. С. 12.

результате социализации, и благодаря личному опыту взаимодействия. И хотя необходимость интерпретации поступков мужчин и женщин, предсказания их поведения остается, когнитивная функция, на наш взгляд, играет в гендерной стереотипизации роль менее значимую, чем, например, в этнической или профессиональной стереотипизации.

Ценностно-защитная функция. Другая важная психологическая функция стереотипов, *ценностно-защитная*, связана с созданием и поддержанием ценностей индивида и группы.

Стереотипы активируются не только для объяснения, но и для оправдания и защиты своих взглядов и своего поведения, а также для поддержания групповых ценностей (Г. Олпорт, Г. Тэджфел)¹⁵⁴. Установки на стереотипизацию могут быть не только психологическими, связанными с защитой индивидом своего «Я», но и социальными. Психологическим механизмам, призванным помочь индивиду защитить себя и группу, посвящены работы Г. Олпорта. Он считал, что индивид проецирует свою тревожность, страх, агрессию на людей из различных аутгрупп, и приводил примеры из истории о том, как социальная агрессия вследствие психологических причин направлялась на безвластное меньшинство (например, ведьм, евреев)¹⁵⁵. По его мнению, функция стереотипа заключается в том, чтобы оправдать и рационализировать наше поведение в отношении определенной категории¹⁵⁶.

В дальнейшем тезис о защите групповых ценностей использовался не только в рамках интерпретации психических процессов, но и в более широком социальном контексте, в частности на примере этнической стереотипизации. Так, стереотип о недалеких американцах, который достаточно распространен в современном российском обществе, призван подтвердить аутостереотипы русских о своей

¹⁵⁴ Allport G. Op. cit. P. 14, 41; Tajfel H. Op. cit. P. 146, 150—154.

¹⁵⁵ Allport G. Op. cit. P. 228. О защите ценностей как функции стереотипов см. также: Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 38. О теории «козла отпущения» Г. Олпорта см. подробнее: Медведева С. М. Указ. соч. С. 54—59.

¹⁵⁶ Allport G. Op. cit. P. 191.

«смекалистости», высокой образованности и духовности; стереотип о рационализме и пунктуальности немцев реабилитирует «душевность» (и неорганизованность) русских; стереотипные представления о мужской бездушности становятся фоном для того, чтобы женщины подчеркивали собственные заботливость и милосердие. Проведение границы с аутгруппой способствует и поддержанию коллективной самооценки — как ингрупп, так и аутгрупп (в том числе зависимых групп)¹⁵⁷.

Выше уже отмечалось, что уровень негативной стереотипизации аутгруппы возрастает в случае непосредственной экономической и политической угрозы с ее стороны. Так, стереотип американца в российском обществе за последние десять лет приобрел ряд негативных черт, что связано с ухудшением взаимоотношений между Россией и США в этот период¹⁵⁸. Следует также учитывать, что подобные стереотипы могут служить оправданием дискриминационного поведения.

Социальные функции

Рассмотренные функции гендерных стереотипов, хотя и имеют очевидное социальное измерение, в первую очередь затрагивают психологические процессы. Другая группа функций направлена на поддержание социального порядка; она обусловлена способностью стереотипов выступать фактором социальных отношений.

Функция социального контроля. Под социальным контролем понимают систему процессов и механизмов, обеспечивающих поддержание социально приемлемых образцов поведения и функционирование социальной системы в целом. Он осуществляется в форме внутреннего социального контроля, самоконтроля, в основе которого лежат цен-

¹⁵⁷ Скажем, известный лозунг американского чернокожего меньшинства «Черный — значит прекрасный!» (Black is beautiful!) дает позитивную оценку этой группе и способствует ее сплочению (Stangor C., Schaller M. Op. cit. P. 3—24).

¹⁵⁸ См.: Рябова Т. Б., Лямина А. А. Указ. соч.

ности, нормы, ролевые ожидания, обычаи, интернализованные индивидами в процессе социализации, и в форме внешнего социального контроля, совокупности поощрений и принуждений, составляющих систему санкций¹⁵⁹.

Каким образом гендерные стереотипы включаются в социальный контроль? Одно из положений функционального подхода Т. Парсонса заключается в том, что общество связывают не только экономические отношения, но и то, что делает возможным эти отношения, а именно «общность ценностей людей и взаимное соблюдение правил социального поведения»¹⁶⁰. Доминирование общественного согласия (консенсуса) над социальным конфликтом, «естественная форма» общества, и есть, по Т. Парсонсу, социальный порядок. Подобное согласие, поддерживающее социальную стабильность, обеспечивается социальным контролем, осуществляемым с помощью усваиваемых в ходе социализации норм, а также санкций.

М. Пикеринг интерпретирует стереотипизацию как процесс определения, поддержания и репродукции норм поведения, идентичности и ценностей¹⁶¹. Нам представляется эвристичным положение автора о том, что стереотипы включаются в практики нормализации, устанавливающие различия между нормой и девиацией¹⁶².

Нормативный характер стереотипов, их роль в осуществлении социального контроля иллюстрируются понятием прототипа, используемого в теории самокатегоризации. Ингрупповой прототип конструируется под влиянием социального контекста и состоит из набора атрибутов, которые определяют и приписывают установки, чувства и поведение, характеризующие членов группы и отличающие данную группу от других групп. Прототип, выступающий способом хранения социальной информации, часто считается «лучшим примером данной категории». Таким образом, ингрупп-

¹⁵⁹ Социологический словарь. С. 140.

¹⁶⁰ Парсонс Т. Указ. соч. С. 120.

¹⁶¹ Pickering M. Op. cit. P. 174.

¹⁶² Ibid. P. 177.

повой прототип отражает обобщенный образ типичного представителя данной группы. Прототипичность связана с феноменом деперсонализации, поскольку она подразумевает восприятие других не как уникальных индивидов, а с точки зрения групповых норм¹⁶³. Иными словами, прототип устанавливает определенный эталон поведения, обладающий нормативным характером.

Гендерные стереотипы, являясь социально разделяемыми представлениями о том, каковы должны быть мужчины и женщины, неизбежно приобретают нормативность. Поскольку норма — один из самых значимых видов социального контроля, поддерживающего целостность социальной системы, то неудивительно, что эту же функцию выполняют и гендерные стереотипы. Они не просто объясняют существующие в обществе отношения асимметрии, иерархии как между полами, так и внутри полов, но и укрепляют их, гарантируя стабильность социальных норм. По причине своей нормативности гендерные стереотипы становятся элементом внутреннего социального контроля, поддерживая социально приемлемые образцы поведения.

Индивид, желая соответствовать стандартам, выбирает для себя такую линию поведения, которую окружающие не расценивают в качестве девиантной. Он ведет себя согласно ожиданиям, демонстрируя ожидаемые поведенческие модели и проявляя ожидаемые персональные характеристики. Так, мужчины и женщины по-разному строят свою линию поведения при разговоре с работодателем в зависимости от пола последнего. В одном из экспериментов (М. П. Занна и др.) женщины встречались с интервьюерами-мужчинами, одни из которых имели сексистские предубеждения, а другие — нет, причем женщины были информированы об этих различиях во взглядах интервьюеров зара-

¹⁶³ Базаров Т. Ю., Кузьмина М. Ю. Процессы социальной идентичности в организациях // Центр кадровых технологий, XXI век: Управление персоналом. <http://hr.cpt21.ru/practicum/pub/teachers/31> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

нее. Оказалось, что в первом случае женщины вели себя намного традиционнее, в большей степени соответствовали стереотипным представлениям (в том числе активнее использовали макияж, меньше смотрели в глаза интервьюеру и др.)¹⁶⁴.

Поскольку представления о том, каким должен быть «настоящий мужчина» (например, способным защитить женщину при помощи физической силы), как должна вести себя в той или иной ситуации женщина и даже как им одеваться, являются социально разделяемыми, то реальные мужчины и женщины не могут с этим не считаться. Очевидно, нормативность присуща гендерным стереотипам в большей степени, чем, например, этническим, возрастным, профессиональным, в силу особой значимости для индивида гендерной идентичности. Мы меньше удивляемся непунктуальности немца или, скажем, отзывчивости работника ГИБДД, чем тому, что женщина возлагает на мужчину полную ответственность за мир и согласие в доме, за приготовление пищи¹⁶⁵. Заметим, что представители «сильного пола» отнюдь не в меньшей степени ощущают на себе жесткую нормативность гендерных стереотипов: например, они сильнее, чем женщины, осуждаются за выбор нетрадиционных для представителей их пола профессиональных занятий и нарушение гендерных ролей¹⁶⁶. В этом случае ставится под сомнение и соответствие их прочих свойств стандартам мужественности — вплоть до подозрений в не-

¹⁶⁴ См.: *Jussim L., Fleming C. Self-Fulfilling Prophecies and the Maintenance of Social Stereotypes: The Role of Dyadic Interactions and Social Forces // Stereotypes and Stereotyping. P. 163.*

¹⁶⁵ Поэтому высказываются суждения, что гендерные стереотипы ведут к большей дискриминации женщин, чем, например, расовые стереотипы — чернокожих (см.: *Burgess D., Borgida E. Who Women Are, Who Women Should Be: Descriptive and Prescriptive Gender Stereotyping in Sex Discrimination // Psychology, Public Policy, and Law. 1999. Vol. 5. № 3; Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 285).*

¹⁶⁶ *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 443—445.*

традиционной сексуальной ориентации¹⁶⁷. Вместе с тем, разумеется, мы не считаем, что нормативность стереотипа, в том числе и гендерного, должна быть описываема исключительно в негативных терминах.

Другое очевидное социальное последствие нормативности гендерных стереотипов — их влияние на жизненные притязания и достижения женщин и мужчин, на их самооценку. Р. Мертон сформулировал идею о том, что люди, являющиеся жертвами предрассудков (он изучал проблему в конце 1940-х гг. на примере отношения к чернокожим американцам и евреям), обычно развивают в себе именно те качества, которые соответствуют этим предрассудкам, и моделируют свое поведение сообразно им; в результате первоначально ложный взгляд на самих себя становится истинным. Впоследствии данный феномен стали называть «самовыполняющееся пророчество»¹⁶⁸. Так, если женщина разделяет негативный стереотип женственности, то она программирует себя на неудачу, развивая в себе соответствующие качества. Изучая влияние гендерных стереотипов на программирование женщинами своих действий, М. Снайдер и Б. Скрипник в ходе эксперимента просили мужчин и женщин попарно выполнить ряд заданий. При этом испытуемые не знали пол партнера, который находился в соседней комнате. Исследователи установили, что в большинстве случаев на выбор задач для себя и напарника влиял гендерный фактор. Например, женщины выбирали себе более легкое задание, если были уверены, что их партнер — мужчина¹⁶⁹. Как отмечается в работах многих

¹⁶⁷ Deaux K., Kite M. Gender Stereotypes // *Psychology of Women: A Handbook of Issues and Theories* / F. L. Denmark, M. A. Paludi (Eds). Westport, 1993.

¹⁶⁸ Ibid.

¹⁶⁹ См.: Lips H. M. *Op. cit.* P. 28. Приведем данные еще одного эксперимента: в смешанных по половому составу группах женщины, как правило, уклонялись от того, чтобы взять на себя решение сложной задачи, предпочитая, чтобы с ней справлялся мужчина. К. Ф. Канн объясняет это тем, что различия экспектаций по отношению к мужчинам и женщинам оказывают влияние на пове-

исследователей, мужчины также страдают от «заданности» своей роли: они программируют свое поведение в соответствии со стереотипом маскулинности, который включает в себя такие характеристики, как доминирование, высокая конкурентоспособность, успешность; при этом в случае своего провала мужчины испытывают больший стресс и у них больше, чем у женщин, понижается самооценка¹⁷⁰.

Помимо того что стереотипы становятся элементом внутреннего социального контроля, они могут включаться в санкции, составляющие сущность контроля внешнего. Несоответствие гендерным стереотипам, как правило, осуждается окружающими. Скажем, если мужчина уйдет в декретный отпуск по причине того, что зарплата жены намного больше, то такой поступок будет расценен как немужественный и скорее вызовет негативную реакцию со стороны окружающих. Социально осуждаемыми по гендерному признаку могут быть выбор профессии (мужчина-нянечка в детском саду вызывает удивление и поиск объяснений, почему он здесь), поведенческие модели (мужчина отказывается защитить женщину, чем вызывает порицание), персональные характеристики (женщина настойчиво стремится быть лидером в группе, состоящей преимущественно из мужчин) или что-то другое. Собственно, одно из распространенных мнений, имеющих самое непосредственное отношение к теме нашего исследования: «Политика — это не женское дело», является весьма наглядной иллюстрацией данного тезиса.

Неформальными санкциями (как позитивными, так и негативными), играющими роль вознаграждения за соответствие эталонной поведенческой модели, заключенной в стереотипном образе, выступают оценки типа: «Он — настоящий мужчина», «У нее мужской характер», «Она по-матерински заботлива».

дение личности (*Kahn K. F. Op. cit. P. 7*). О самовыполняющемся пророчестве см. также: *Basow S. Op. cit. P. 11*; *Jussim L., Fleming C. Op. cit.*

¹⁷⁰ См., напр.: *Williams K. L. The Glass Escalator: Hidden Advantage for Men in the «Female» Professions // Men's Lives. P. 220.*

Социализационная функция. С механизмами социального контроля связан процесс социализации, в ходе которого индивиды включаются в общественную жизнь, усваивая разделяемые в данном обществе ценности, нормы, представления о мире. В результате гендерной социализации под влиянием стереотипов мужчины и женщины индивид овладевает гендерными ролями и нормами, усваивает, как вести себя в соответствии с социальными ожиданиями¹⁷¹.

В связи с этим следует выделять и *социализационную* функцию гендерных стереотипов, которая состоит в передаче знаний о мужском и женском поле, заключенных в содержании данных стереотипов, в обучении нормам поведения и взаимоотношения полов, базирующимся на накопленном обществом социальном опыте.

Гендерная социализация начинается в раннем детстве и продолжается всю жизнь, на протяжении которой человек получает информацию о том, что значит быть мужчиной и женщиной, овладевает гендерными нормами и корректирует свое поведение в соответствии с этим. Основными агентами гендерной социализации являются родители, сверстники, учителя, важнейшими социальными институтами — семья, СМИ, школа. В детстве, вероятно, самую большую роль в социализации играют родители. Одно из исследований американских ученых установило, что даже родители новорожденных первенцев находятся в

¹⁷¹ Подробнее см.: Клецина И. С. Указ. соч.; Смирнова А. В. Учимся жить в обществе: Гендерный анализ школьных учебников. М., 2005. Вопрос о том, каков вклад самого индивида в усвоение гендерных стереотипов в процессе социализации, остается дискуссионным. Сторонники теории социального научения придерживаются точки зрения, согласно которой индивиды лишь пассивно воспринимают и усваивают гендерные стереотипы; приверженцы теории когнитивного развития (*cognitive development theory*), напротив, подчеркивают активную роль человека в познании, его стремление понять социальные нормы (*Lips H. M. Op. cit. P. 63*). Однако адепты и тех и других концепций единодушны в признании важнейшей роли гендерных стереотипов в гендерной социализации.

значительной степени под влиянием гендерных стереотипов. Например, они ожидают, что девочки будут более общительны и эмоциональны, чем сыновья, а сыновья более активны, чем мужчины¹⁷². Такие взгляды обуславливают, в частности, различную реакцию родителей на поведение сыновей и дочерей, отбор/цензурирование игрушек¹⁷³, предписание различных видов домашнего труда для мальчиков и девочек.

Подчеркнем, что социализация не заканчивается с завершением этапа взросления. Усвоение гендерных стереотипов, гендерных норм, моделей поведения продолжается в браке, в процессе профессиональной социализации. Исследователи продемонстрировали особенности интериоризации гендерных стереотипов и у лиц пожилого возраста¹⁷⁴.

Наконец, следует отметить, что социализационная функция стереотипов усиливается с ростом влияния такого института социализации, как СМИ. Многие исследователи в связи с этим уделяют особое внимание последствиям тиражирования гендерных стереотипов. Скажем, распространение образа некомпетентной женщины через рекламу или гляцевые журналы способствует возрастанию степени его разделяемости.

Интеграционная функция. Еще одной важной социальной функцией стереотипов в целом и гендерных стереотипов в частности является сплочение социальной общности, или *интеграционная функция*.

Общество состоит из множества разнородных групп с различными социальными интересами; каждая из них вы-

¹⁷² Basow S. Op. cit. P. 129—130.

¹⁷³ См., напр.: Raag T. Influences of Social Expectations of Gender, Gender Stereotypes, and Situational Constraints on Children's Toy Choices // *Sex Roles: A Journal of Research*. 1999. Vol. 41. № 11/12; Karniol R., Aida A. Judging Toy Breakers: Gender Stereotypes Have Devious Effects on Children // *Ibid*. 1997. Vol. 36. № 3/4.

¹⁷⁴ Sinnott J. D. Sex Roles in Adulthood and Old Age // *Current Conceptions of Sex Roles and Sex Typing* / D. B. Carter (Ed.). New York, 1987. P. 163—169.

ступает субъектом социального поведения. При этом социум как система нуждается в стабильности и устойчивости, и для достижения необходимого консенсуса, для поддержания единства он активно использует культурный ресурс. Стереотипы наряду с ценностями и нормами становятся объединяющим, гомогенизирующим фактором.

Так, гендерные стереотипы, будучи широко разделяемыми в обществе, являются фактором консолидации не только групп «мужчины» и «женщины», но социума в целом. Разделяемые представления о мужских и женских качествах способствуют созданию общего информационного пространства¹⁷⁵, позволяют членам общества вести разговор «на одном языке», почувствовать принадлежность к данному социуму и, следовательно, поддерживают стабильность, устойчивость социальной системы. Заметим, правда, что консенсус достигается за счет дискриминационных взглядов в отношении одной из групп — женщин.

Другим важнейшим аспектом стереотипизации, позволяющим рассматривать ее в контексте процессов социальной интеграции, является, на наш взгляд, способность стереотипов быть средством проведения символических границ между Своими и Чужими. Прежде всего обратим внимание на то обстоятельство, что стереотип, как правило, фиксирует именно *отличительные* черты социальной группы¹⁷⁶. Например, стереотип бездомного включает в себя не такую его универсальную, присущую всем представителям данной категории черту, как наличие пяти пальцев на каждой ноге, но физическую неопрятность. Дифференциация различных социальных категорий — это то важнейшее в понимании стереотипа, что отмечали виднейшие исследователи данного феномена¹⁷⁷. Именно

¹⁷⁵ Berting J., Villain-Gandossi C. The Role and Significance of National Stereotypes in International Relations: An International Approach // Stereotypes and Nations / T. Walas (Ed.). Cracow, 1995. P. 23.

¹⁷⁶ Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G. Op. cit. P. 103; Hinton P. R. Op. cit. P. 107.

¹⁷⁷ См.: Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. P. 25—26.

поэтому, очевидно, нет стереотипа человека вообще: он не мог бы выполнять функцию дифференциации. В теории социальной идентичности, о чем уже говорилось, акцентирована роль сравнения в социальной категоризации: оценки групп по самой своей сущности носят относительный характер; люди оценивают ингруппу в зависимости от того, как они оценивают аутгруппы¹⁷⁸. Это определяет референтный характер стереотипов: гетеро- и ауто-стереотипы взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Таким образом, весомую роль в понимании социальных функций стереотипизации играет категория границы. По образному выражению М. Пикеринга, наиболее важное назначение стереотипа — зафиксировать, где проходит граница и кто находится по ту сторону этой границы¹⁷⁹. При проведении социальных, символических границ определяется, кто является Своим, какими характеристиками Свои обладают, а также кем и какими Свои не являются. Чужие противопоставляются Своим по наиболее значимым для группы основаниям. Как известно, одним из первых обратился к проблеме границ норвежский антрополог Ф. Барт. Он отметил, что сами содержательные компоненты культуры в значительной степени определяются необходимостью границы между этническими сообществами. Первична сама граница, а не удерживаемое ею культурное содержание. Социальные границы создаются при помощи этнических маркеров, или диакритиков, — элементов культуры, отбираемых (иногда достаточно произвольно) самими членами группы для подчеркивания своих отличий от окружающих (одежда, язык, стиль жизни и др.)¹⁸⁰. Очевидно, стереотипные представления призваны делать границы более прочными, «видимыми». При этом стереотип проводит жесткую грань как между представителями Своих и Чужих, так и между их

¹⁷⁸ См.: *Leyens J. - P., Yzerbyt V. Y., Schadron G.* Op. cit. P. 61.

¹⁷⁹ *Pickering M.* Op. cit. P. 16.

¹⁸⁰ См.: *Рябов О.* «Россия-Матушка». С. 39—40.

свойствами. *Различия* между этими свойствами представителей двух групп нередко превращаются в *противоположности*; сходство же между ними отрицается (Р. Сколлон, С. Сколлон)¹⁸¹. Заметим, что, собственно, уже в самой оппозиции Свои—Чужие заключены возможности «черно-белого» восприятия реальности, продуцирования бинарной картины мира (немцы рациональны — русские душевны, нынешняя молодежь безграмотна — «наше поколение» образованно, и т. д.).

Гендерным стереотипам принадлежит особая роль в проведении символических границ между Своими и Чужими: Чужой наделяется гендерными характеристиками, отличными от тех, которые приписываются Своим, о чем свидетельствуют, в частности, и упоминавшиеся выше социологические исследования восприятия русских и американских мужчин и женщин.

Н. Ювал-Дэвис, исследуя национальные сообщества, предложила использовать термин Дж. Армстронга «символические пограничники» для обозначения гендерных символов, которые наряду с другими маркерами идентифицируют индивидов в качестве членов или же нечленов определенного сообщества¹⁸². Очевидно, роль «символического пограничника», делающего социальную границу более видимой и отчетливой, выполняют и стереотипы, в том числе и гендерные.

Для понимания роли стереотипов в интеграционных процессах необходимо обратить внимание на то, что стереотипы участвуют в проведении не только *внешних* границ сообщества, но и *внутренних*. Вновь обратимся к понятию прототипа, который, как подчеркивалось выше, фактически выступает в качестве аутостереотипа. Несомненно, что члены ингруппы обладают различной степенью прототипичности, то есть близости к ингрупповому прототипу, и, таким образом, в различной степени соот-

¹⁸¹ Scollon R., Scollon S. W. Op. cit. P. 168.

¹⁸² См.: Рябов О. «Россия-Матушка». С. 39—40.

ветствуют аутостереотипу. На наш взгляд, данное обстоятельство служит причиной продуцирования внутренних иерархий и границ¹⁸³.

Так, те, кто в недостаточной степени соответствуют аутостереотипу определенной этнической группы (в этом случае могут актуализироваться, например, этническая принадлежность родителей, внешность, черты характера данного индивида), обладают меньшей легитимностью, становятся внутренними Чужими или, во всяком случае, недостаточно Своими. Поскольку подобная близость к прототипическому образцу превращается в фактор иерархизации и ресурс власти, постольку за выгодную интерпретацию этого эталона идет соперничество. Скажем, аутостереотипы русской женщины и русского мужчины выступают в роли такого эталона, заставляя оценивать, в какой степени та или иная конкретная личность соответствует этому аутостереотипу. Более того, подобная иерархичность гендерных моделей может быть использована и в политической борьбе, о чем речь пойдет в дальнейшем. Таким образом, необходимо принимать во внимание, что обеспечиваемая стереотипами интеграция в одном отношении выполняет дезинтегрирующую функцию в другом.

Однако интеграционная функция гендерных стереотипов имеет свои особенности, прежде всего это касается негативных стереотипов. В случае, например, этнической стереотипизации фактором интеграции может служить внешний враг — его пытаются дезавуировать и даже уничтожить. Женщин же, как бы ни был силен андроцентризм культуры, по понятным причинам устранить нельзя.

Наконец, важнейшая в контексте нашего исследования функция гендерных стереотипов — это функция *поддержания власти*, о чем речь пойдет в следующем разделе.

¹⁸³ Считается, что прототипичность представляет собой основание для влияния, и в новых группах наиболее прототипичный член является потенциальным претендентом на роль лидера (см.: Базаров Т. Ю., Кузьмина М. Ю. Указ. соч.)

1.5. Гендерные стереотипы и власть

Социальный стереотип как ресурс власти

Еще Г. Олпорт высказал предположение, что центральной категорией в понимании стереотипов является власть: наиболее активно стереотипизируются группы с низким статусом и отсутствием властных полномочий¹⁸⁴.

Уточняя наше понимание власти, отметим, что в течение длительного времени в политической науке господствовала интерпретация власти как прямого принуждения (с помощью физической силы, материальных, социальных или иных ресурсов); директивные трактовки власти до сих пор остаются наиболее распространенными в политической науке¹⁸⁵. Одно из самых известных определений принадлежит М. Веберу: власть — это любая возможность проводить свою волю внутри данных социальных отношений даже вопреки сопротивлению и независимо от того, на чем такая возможность основана. Однако в последние десятилетия все большее внимание уделяется механизмам власти, которые действуют на микроуровне. М. Фуко предположил, что власть децентрирована: она не осуществляется из одной привилегированной точки (будь то государство, социальная группа или индивид). Источники влияния «рассеяны» повсюду; при этом проявлением власти становится и властное воздействие, и реакция на него индивида или социальной группы. Распространяясь по своего рода капиллярам, власть пронизывает всю ткань общества. Поэтому осмыслять власть исключительно в терминах насилия явно недостаточно. Она функционирует, опираясь не на наказание, а на нормализацию и контроль, осуществляемые на таких уровнях и в таких формах, которые выходят за границы государства и его аппарата¹⁸⁶.

¹⁸⁴ См.: *Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping*. P. 369—370.

¹⁸⁵ Ильин М. В., Мельвиль А. Ю. Власть // Полис. 1997. № 6. С. 150—151.

¹⁸⁶ Фуко М. Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности: Работы разных лет. М., 1996. С. 26.

Скажем, тело индивида нормализуется с помощью явных и неявных правил и регуляций, среди которых стандарты красоты, модели здоровья, репрезентации телесности в научных или философских трактатах¹⁸⁷. Другим же примером нормализации (а тем самым и проявления власти) может служить эксплуатация социально разделяемых представлений, в том числе и представлений о стандартах мужественности и женственности¹⁸⁸.

Мы считаем эвристичной типологию форм власти, согласно которой следует различать два типа власти, основанных на корректирующем влиянии (*corrective influence*) и на убеждающем влиянии (*persuasive influence*). Первый осуществляется в форме силы и в форме манипуляции. В этом случае индивид рассматривает власть как что-то внешнее, однако подчиняется ей, принимая навязанный стиль поведения из-за страха физического наказания или же потому, что считает это выгодным для себя. Здесь в качестве основных ресурсов власти функционируют оружие, тюрьмы, деньги, доступ к определенным должностям и т. п. Второй тип власти осуществляется в форме сигнификации и в форме легитимации. В качестве основных ресурсов власти в этом случае функционируют идеи, значения и ценности, или то, что П. Бурдьё называет символическим капиталом¹⁸⁹. При этом индивид, полагая, что власть действует в его интересах, не воспринимает ее как нечто внешнее. Таким образом, когда социальные стереотипы принимают участие в производстве значений и ценностей, вовлекаясь в организацию определенной картины мира и в легитимацию власти, они становятся ресурсом власти.

¹⁸⁷ Bordo S. *Reading Slender Body // Body Politics: Women and the Discourses of Sciences* / M. Jacobos et al. (Eds). London; New York, 1990. P. 85.

¹⁸⁸ См.: *Smitherman-Donaldson G., van Dijk Teun A. Words that Hurt: Introduction // Discourse and Discrimination* / G. Smitherman-Donaldson, A. van Dijk Teun (Eds). Detroit, 1988.

¹⁸⁹ См.: *Scott J. Power*. Cambridge; Malden, 2001. P. 12—15.

Легитимацией политической власти является процесс ее оправдания гражданами и обществом с целью ее признания, что предполагает в числе прочего объяснение событий, обоснование действий политических акторов и их права на осуществление властных полномочий¹⁹⁰. Ю. Хабермас интерпретировал легитимацию как сумму идей, генерированных политической системой с целью поддержания самой системы, идей, которые предназначены для «мистификации» политической системы¹⁹¹.

В процесс объяснения и оправдания законности власти, в том числе политической, неизбежно вовлекается культурный ресурс — знания, представления, ритуалы и символы, традиции, ценности и нормы¹⁹². Таким ресурсом становятся и стереотипные представления. Вовлечение в легитимацию субъектов политики стереотипных представлений используется чаще при типе легитимности, который М. Вебер назвал харизматическим¹⁹³. Роль фактора леги-

¹⁹⁰ Под легитимностью понимается не формально-юридическая законность власти (легальность), а признание ее правомерной и справедливой гражданами и обществом в целом.

¹⁹¹ См.: Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб., 2002. С. 173.

¹⁹² Радионова С. А. Легитимность // Новейший философский словарь. <http://www.slovopedia.com/6/203/770700.html> (последнее посещение в марте 2008 г.).

¹⁹³ М. Вебер, который и ввел понятие легитимности, выделял три типа легитимного господства, основанных на мотивах подчинения: *традиционное*, связанное с привычкой повиноваться власти, верой в непоколебимость и священность издавна существующих порядков; *легальное*, связанное с добровольным подчинением формальным правилам, которые были установлены посредством общепризнанных процедур; *харизматическое*, основанное на вере в экстраординарные качества своего лидера (Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избр. произведения. М., 1990. С. 646). Современные авторы дополняют веберовскую типологию, выделяя другие способы легитимации и соответственно типы легитимности, например идеологическую легитимность, суть которой состоит в оправдании власти с помощью идеологии; Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введе-

тимации власти выполняют различные виды стереотипов¹⁹⁴. Те представления, которые выглядят наиболее очевидными, достоверными и к тому же существующими всегда (например, представления о характеристиках мужского и женского пола), особенно активно используются для укрепления власти. Процесс легитимации превращается в скрытую форму власти. Контроль над другими политическими субъектами (индивидом, группой) становится эффективнее, когда он дополняется их делегитимацией. В политологии под делегитимацией понимают процесс, имеющий целью утрату властью доверия и признания¹⁹⁵. В социологии данное понятие обычно связывается с представлениями о социальных группах и интерпретируется как репрезентации групп или индивидов в таких категориях, которые исключают их из числа тех, которые рассматриваются как действующие в границах приемлемых норм и ценностей¹⁹⁶.

Дискурс и власть

На наш взгляд, для понимания механизмов сигнификации и легитимации необходимо рассматривать стереотипизацию как часть дискурсивных практик, а стереотипы — как элемент дискурса¹⁹⁷. Понятие дискурса имеет методологическое значение для нашего исследования. Термины «дискурс» и «дискурс-анализ» впервые начали применяться лингвистами в рамках осмысления социокультурного контекста использования языка¹⁹⁸. В современном социаль-

ние в политологию. Гл. 6. <http://www.socioline.ru/node/423> (последнее посещение в марте 2008 г.).

¹⁹⁴ Метелкина Ю. С. Указ. соч. С. 9, 11, 15. См. также: Баязитов Р. Ф. Авторитарный стереотип: Сущность и проявление в социальных взаимодействиях. Нижнекамск, 2006.

¹⁹⁵ Политология: Слов. М., 2002.

¹⁹⁶ Bar-Tal D. Delegitimization: The Extreme Case of Stereotyping and Prejudice // *Stereotyping and Prejudice*. P. 170.

¹⁹⁷ Hinton P. R. Op. cit. P. 148.

¹⁹⁸ Подробный обзор и анализ лингвистических теорий дискурса см.: Макаров М. Основы теории дискурса. М., 2003. См. также: Йоргенсен М., Филипс Л. Дискурс-анализ: теория и метод. Харь-

но-гуманитарном знании понятие дискурса обычно употребляют в двух значениях. В *широком* смысле дискурсом называют язык, который используется в рамках определенной сферы¹⁹⁹. В этой перспективе выделяют политический, научный, национальный и другие дискурсы, каждый из которых является специфическим способом интерпретации социального и имеет свой набор ключевых понятий. Так, дискурс политический может быть определен как способ обсуждения социальной реальности в ключевых терминах политики (то есть тех, которые имеют отношение к проблеме государственной власти). Гендерный дискурс следует трактовать как такой способ рассуждения, в котором особое значение придается различиям между полами; с его помощью формируются представления о стандартах мужественности и женственности, о взаимоотношении полов, о нормах сексуального поведения. По оценке К. Кон, гендерный дискурс представляет собой способ символической организации мира в бинарных оппозициях, стороны которых ассоциируются с мужским или с женским полом²⁰⁰.

ков, 2004; Медведева С. М. Указ. соч. С.42—50. Очевидно, сложно говорить о какой-либо единой теории дискурса. Помимо объединяющей всех исследователей дискурса приверженности принципам социального конструктивизма (в числе которых критический подход к знанию, признание исторической и культурной обусловленности способов понимания мира; Йоргенсен М., Филипс Л. Дискурс-анализ: теория и метод. Харьков, 2004. С. 19—21), существует и немало разногласий. Среди важнейших из них отметим споры о способности индивида повлиять на формирование дискурса и на уже сформированный дискурс, а также дискуссии о роли дискурсов в социальной практике. Авторы одних концепций (например, Э. Лакло и Ш. Муфф) полагают, что в мире нет ничего, кроме дискурсов, дискурс формирует мир посредством значений. В критическом дискурс-анализе, концепции Н. Фэркло, роль дискурса трактуется не столь широко. Дискурс, по мнению исследователя, является лишь одним из аспектов любой социальной практики наряду с другими (там же).

¹⁹⁹ Scollon R., Scollon S. W. Op. cit. P. 107.

²⁰⁰ Cohn C. Op. cit. P. 230.

В узком смысле термином «дискурс» обозначают обладающий целостностью текст, который содержит относительно ограниченный набор утверждений, исходит из определенных посылок и для которого характерна внутренняя логика²⁰¹. Подобная ограниченность обуславливает то обстоятельство, что рассмотрение какой-либо проблемы происходит в жестко заданном ключе²⁰². Так, при обсуждении поражения кандидата на выборах можно придать значимость различным факторам: его или ее принадлежности к непопулярной партии, этнической или конфессиональной группе, полу, недостатку компетентности или чему-то другому. Одну и ту же проблему возможно описывать в дискурсе классовой борьбы, или прав человека, или интересов нации; соответственно коммунисты, правозащитники и националисты будут пользоваться своим собственным набором терминов и оценок при репрезентации этой проблемы.

Сама возможность выбора той или иной дискурсивной стратегии обусловлена многозначностью слова, как отметил еще Ф. де Соссюр. Слова несут в себе несколько значений, что дает возможность тому же политику использовать наиболее выгодное для себя. Одно и то же событие может быть обозначено как «большевистский переворот», а может — как «Великая Октябрьская социалистическая революция»; различия в обозначениях оказывают влияние — иногда определяющее — на ход и тональность последующего обсуждения.

Дискурсивный аспект содержится в различных социальных практиках²⁰³. В формировании дискурсов принимают участие не только тексты (скажем, статьи журналистов), но и внелингвистические ресурсы. В дискурс оказываются вовлеченными агитационные плакаты и анимационные фильмы для детей, стиль одежды и стиль архитектуры, политические ритуалы и средства невербальной коммуникации

²⁰¹ Scollon R., Scollon S. W. Op. cit. P. 108—109.

²⁰² Йоргенсен М., Филипс Л. Указ. соч. С. 31; Cohn C. Op. cit. P. 238; Hall S. Op. cit. P. 329; Preez Du P. The Politics of Identity: Ideology and the Human Image. Oxford, 1980. P. 72.

²⁰³ Hall S. Op. cit. P. 291.

(например, жесты). Так, на интерпретацию фотографии, помимо содержательных моментов (кто на ней изображен, в какой момент, как он или она выглядят), влияют изобразительные средства — фокус, угол, под которым держат камеру, освещение и т. д.²⁰⁴

Важная особенность дискурса заключается в том, что в процессе рассуждения создаются новые значения²⁰⁵. М. Фуко, характеризуя процесс установления смыслов, вводит понятие режима власти/истины, предполагающего, что истина и власть неразрывно связаны²⁰⁶. С одной стороны, власть сама производит истину, устанавливая значения: те, кто находится у власти, имеют больше шансов быть услышанными, а их истина — быть принятой²⁰⁷. Политические партии, конкурируя за избирателя, ведут борьбу и за производство значений; победа в этой борьбе означает реальную возможность осуществления власти. Как полагает П. Бурдьё, те, у кого есть право речи и инструменты символического господства, сформировали и легитимировали свои версии мира (теория «власти говорящего»). С другой стороны, дискурсы определенным образом информируют субъектов власти о мире и тем самым влияют на них²⁰⁸.

Продуцируя значения, дискурс задает и жесткие рамки, в которых осуществляется восприятие социальной реальности²⁰⁹. Когда то или иное значение уже разделяется объектами дискурсивных практик, они, как правило, ведут себя в соответствии с ним. Таким образом, дискурс также производит публику или аудиторию²¹⁰.

²⁰⁴ *McClelland J. R.* Visual Images and Re-imaging: A Review of Research in Mass Communication // *Women in Mass Communication* / P. Creedon (Ed.). Newbury Park, 1993. P. 221; *Berger J.* Ways of Seeing. London, 1972.

²⁰⁵ *Steans J.* Gender and International Relations: An Introduction. New Brunswick, 1998. P. 25.

²⁰⁶ Фуко М. Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине.

²⁰⁷ *Steans J.* Op. cit. P. 25.

²⁰⁸ *Йоргенсен М., Филипп Л.* Указ. соч. С. 32.

²⁰⁹ *Hall S.* Op. cit. P. 318; *Йоргенсен М., Филипп Л.* Указ. соч. С. 31.

²¹⁰ *Tickner J. A.* Op. cit. P. 144.

Принципиально, что заложниками дискурса оказываются и те, кто его формирует: невозможно находиться вне дискурса, избежав при этом представления реальности с особой позиции. Индивид, рассуждающий в определенном типе дискурса, может даже не разделять эту точку зрения; однако, как только он «развертывает» дискурс, то вынужден позиционировать себя в качестве его субъекта²¹¹. В связи с этим дискурс нередко обозначают как систему репрезентаций²¹².

Под репрезентацией понимают представление кого-либо или чего-либо в определенном свете, с определенной точки зрения; иными словами, репрезентация — это всегда интерпретация, содержащая оценку. Не удивительно, что центральным для анализа репрезентаций становится вопрос об их субъекте — кто и с какой целью предлагает свой путь видения ситуации, кто и в каких категориях ее оценивает. Так, взгляд группы, находящейся у власти, может стать единственным путем понимания того или иного события²¹³. Поскольку доминантный режим истины формируется идеологией, то репрезентации неизбежно носят политический характер²¹⁴.

Социальные репрезентации подвижны и относительно, в частности, потому, что различные группы постоянно борются за удобную для себя интерпретацию того или иного события²¹⁵. Значение конструируется непосредственно в самом процессе репрезентации. Иными словами, Другой не просто описывается в тех или иных категориях — он активно создается в самом процессе инаковизации²¹⁶. Стереотипизация есть важнейшее дискурсивное свойство идеологической конструкции социальных групп и категорий²¹⁷.

²¹¹ Hall S. Op. cit. P. 292.

²¹² Ibid. P. 280.

²¹³ MacKinnon K. Op. cit. P. 21.

²¹⁴ Allen R. Analyzing Representations: A Variety of Images // *Imagining Women: Cultural Representations and Gender* / F. Bonner, L. Goodman, R. Allen, L. Janes, C. King (Eds). Cambridge, 1992. P. 34.

²¹⁵ Pickering M. Op. cit. P. XIV.

²¹⁶ Kitzinger C., Wilkinson S. Op. cit. P. 5.

²¹⁷ Pickering M. Op. cit. P. 1.

Будучи пластичными и гибкими, репрезентации включают в себя общепринятые устойчивые коды, пути описания, использование которых — что принципиально — облегчает восприятие, делает репрезентацию естественной и легитимной. К числу таких устойчивых кодов относятся стереотипы, которые и оказывают заметное влияние на дискурсивные стратегии. В этой перспективе стереотипы понимаются как социальные репрезентации, которые дискурсивно конструируются в каждодневной коммуникации²¹⁸.

Положение о стереотипе как устойчивом элементе пластичных репрезентаций было сформулировано еще в 1990-х гг. Как отмечает П. Хинтон, такой взгляд, ставящий под сомнение ряд базовых положений когнитивного подхода к изучению стереотипов, допускает, что при описании Других люди выбирают ту интерпретацию стереотипа (или тот стереотип), которая им удобна (например, для оправдания собственных предрассудков)²¹⁹. В монографии М. Пикеринга, озаглавленной «Стереотипизация: политики репрезентации»²²⁰, данный подход получил развитие. Стереотип интерпретируется как набор убеждений, не просто искажающих реальность, но представляющих объект стереотипизации с определенной точки зрения.

Таким образом, выступая в качестве одного из способов установления контроля за Другим, стереотипизация принимает участие в продуцировании отношений власти и подчинения: стереотипы не только помогают определить Своих и Чужих, но и вырабатывают систему оценок и предпочтений. Основная закономерность здесь определяется ингрупповым фаворитизмом: позитивной оценкой Своих и негативной — Чужих. Однако в действительности зеркальность, симметричность, наблюдается разве что в научной лаборатории. Уже было отмечено, что гендерная асимметрия, признающая «мужские» качества более ценными, чем «женские», глубоко укоренена в культуре. При этом, как показывают социологические исследования, включая и проведен-

²¹⁸ Hinton P. R. Op. cit. P. 158.

²¹⁹ Ibid. P. 148.

²²⁰ Pickering M. Op. cit.

ный нами опрос, женщины в целом разделяют стереотипные представления о мужчинах и женщинах, признавая существующий гендерный порядок легитимным. Другой пример такого рода связан с репрезентациями западной культуры как высшей, имеющей право управлять другими культурами, наставлять их на путь истинный и наказывать как непослушных детей, о чем очень много написано в рамках постколониальных исследований. Почему это происходит?

Этому способствует такая черта Другого, как его объективированность. Именно субъект обладает правом и привилегией представлять Другого, объект стереотипизации, с определенной точки зрения, фиксировать его в определенном статусе и поддерживать определенную социальную дистанцию. Воспользуемся выразительным образом М. Пикеринга: Другой нем; он лишен права иметь собственный голос и быть самим собой; он может говорить только так, как это ему позволено²²¹. Он не допускается к статусу эксперта даже в собственной жизни, не говоря уже о жизни господствующей группы²²². Такой взгляд на «немое» Другого в значительной степени объясняет, почему объекты стереотипизации соглашаются со стереотипами, закрепляющими их подчиненное положение.

Для объяснения подобных процессов важное значение имеет понятие гегемонии, которое было введено в социальную теорию благодаря трудам итальянского марксиста А. Грамши; в его работах 1930-х гг. этим понятием обозначено культурное доминирование, «духовно-нравственное руководство»²²³. Данное понятие широко используется в современной постколониальной критике; в частности, Э. Саид показал, что колониализм вовлекает в процессы управления не только военную силу, но и такие репрезентации угнетаемых, которые бы оправдывали и легитимировали угнетателей²²⁴.

²²¹ Ibid. P. XIII—XIV, 76.

²²² Kitzinger C., Wilkinson S. Op. cit. P. 9.

²²³ См.: Tosh J. Op. cit. P. 43.

²²⁴ Said E.W. Op. cit.; Рябов О. В. Межкультурная интолерантность.

Власть как мужское

Вернемся к проблемам гендерной стереотипизации; в данном случае объективация проявляется еще более отчетливо: будучи Другим в андроцентрической культуре, женщины превращаются в объект взгляда мужчин, воспринимая себя с точки зрения общепринятой социально сконструированной фемининности. Дж. Бергер в классической работе по анализу визуализации «Пути видения» характеризует это следующим образом: «Мужчины смотрят на женщин. Женщины смотрят на себя как на тех, на кого смотрят... Это определяет не только отношение мужчин к женщинам, но и отношение женщин к самим себе»²²⁵. П. Бурдьё высказывает мысль о том, что господство мужчин не только производит женщин как символические объекты, но и сохраняет их в состоянии постоянной символической зависимости²²⁶.

Потестарность пола подразумевает его постоянную вовлеченность в сигнификацию и легитимацию властных отношений. По оценке Дж. Скотт, гендер есть первичное средство означивания отношений власти²²⁷. Гендерный дискурс не просто поляризует мужское и женское, но и иерархизирует их. «Власть» соотносится с такими атрибутами маскулинности, как сила, разум, воля, ответственность, активность, контроль, справедливость. Атрибуты же женственности — в числе которых пассивность, эмоциональность, пристрастность, внушаемость, слабость, беспомощность, нерешительность — соотносятся, скорее, с подчинением. Гендерная асимметрия власти означает, что обладающий властью есть мужчина, а «настоящий мужчина» — это тот, кто обладает властью²²⁸.

²²⁵ Berger J. Op. cit. P. 47, 55. Тема подчинения женщины с помощью взгляда является достаточно популярной в трудах исследовательниц-феминисток; см., напр.: King C. The Politics of Representation: The Democracy of the Gaze // *Imagining Women: Cultural Representations and Gender*. P. 133, 136.

²²⁶ Bourdieu P. Masculine Domination. P. 63, 66.

²²⁷ Скотт Дж. Указ. соч. С. 422.

²²⁸ Cohn C. Op. cit.; Spike Peterson V., True J. Op. cit. P. 18. Отметим, что впервые мысль о корреляции власти/подчинения с характеристиками, атрибутируемыми соответственно мужчинам и женщинам, а также о роли культуры в неравном распределении

Традиция отождествления власти с мужским, а подчинения — с женским, неотъемлемая от патриархатной культуры, получает достаточно определенные формулировки уже в античной и средневековой мысли²²⁹, впоследствии становясь еще более явно выраженной. Прежде всего это касается собственно социальных отношений между мужчинами и женщинами, для которых характерно привилегированное положение первых; данный социальный порядок обозначается термином «патриархат», о чем уже шла речь.

Во-вторых, исследуя то, как гендерные стереотипы выполняют функцию установления и поддержания отношений власти, необходимо принимать во внимание рассмотренное выше свойство пола — гетерогенность. Иерархическими являются отношения не только между полами, но и внутри полов — между различными типами маскулинности или между различными типами фемининности²³⁰.

Наконец, в-третьих, важным методологическим положением гендерных исследований стал тезис о том, что ген-

власти между ними высказал Ф. Адлер (см.: *Griscom G. L. Women and Power: Definition, Dualism, and Difference // Psychology of Women Quarterly. 1992. Vol. 16. P. 397*).

²²⁹ Так, Аристотель соотносил женское начало с пассивной, покорной материей, а мужское — с активной, властвующей формой. «Старейшиной женщине быть не позволит природа», «Женщина рождена рабой» — сентенции подобного рода характерны и для средневековых текстов, как западноевропейских, так и отечественных. Это обуславливалось тем, что качества, атрибутируемые идеальному правителю (мудрость, справедливость, воздержанность, мужество), дисгармонизировали с характеристиками, приписываемыми средневековой мыслью женщине, — пристрастностью, невоздержанностью, неразумностью, болтливостью (см.: *Рябова Т. Б. Женщина в истории западноевропейского средневековья. С. 14—15, 74—75*). Одной из главных же добродетелей женщины и в античной, и в средневековой традиции называлось послушание; об этом писали, скажем, Аристотель и Фома Аквинский. Тема послушания женщин получила отражение и в средневековых городских трактатах о семье, и в христианских проповедях, и в произведениях гуманистов эпохи Возрождения (там же).

²³⁰ *Connell R. W. Gender. P. 54.*

дерные стереотипы принимают участие в создании социального порядка как такового. Это связано с той характеристикой гендера, что в самой оппозиции «мужское — женское» заключена возможность использовать его и для четкой маркировки границы между ингруппами и аутгруппами, Своими и Чужими, и для продуцирования отношений неравенства и контроля²³¹.

Иерархизированность мужского и женского, андроцентризм в оценке различий полов, помогает поддерживать властные отношения и социальную организацию общества в целом. Любой социальный объект (индивид, социальная группа, социальный или политический институт), охарактеризованный при помощи гендерных маркеров, то есть как мужественный или как женственный, принимает на себя весь набор ценностных атрибуций, связанных с восприятием гендерных различий.

Подобная гендерная маркировка социальных объектов осуществляется чаще всего при помощи гендерной метафоризации²³², которая определяется как перенос качеств и свойств, приписываемых мужчинам и женщинам, на социальные или природные феномены²³³ (нации, классы, политические институты и т. д.). Как мужественные или женственные характеризуются не только поступки людей, но и весь спектр социальных и политических процессов и явлений — будь то нации, классы, революции, войны. Очевидно, марки-

²³¹ Рябов О. «Россия-Матушка». С. 43—44.

²³² Под метафорой понимают употребление слова, обозначающего некоторый класс объектов, для обозначения другого, сходного с данным классом объектов или единичного объекта. Метафора прилагает образ какого-то фрагмента действительности к другому ее фрагменту. Одна из важнейших причин обращения к метафоре состоит в том, что она, работая как аналогия, является действенным способом объяснения структуры и функций вещей. Упрощая мир и устраняя неопределенность в понимании, она «расшифровывает» события (Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры / Под ред. Н. Д. Арутюновой. М., 1990).

²³³ Кирилина А. В. Гендерная метафора // Словарь гендерных терминов / Под ред. А. А. Денисовой. М., 2002. С. 40—41.

ровка объектов как женственных или как мужественных влечет за собой атрибутирование им соответствующих качеств и соответствующего места в социальной иерархии. Не удивительно, что демонстрация собственной маскулинности используется в качестве аргумента в борьбе за власть, а маскулинизация Своих и феминизация Чужих является обычным приемом внутри- и внешнеполитической борьбы²³⁴.

Важно подчеркнуть, что гендерное измерение имеют и те метафоры, которые не содержат непосредственно упоминания о мужчинах и женщинах, но основаны при этом на аналогиях, связанных с содержанием гендерных стереотипов, прежде всего персональными характеристиками мужчин и женщин (например, «жесткость Путина» или «мягкость Памфиловой»). Метафора жесткости в наибольшей степени соотносится с маскулинностью, между тем как мягкость, напротив, — с женственностью.

Как отметила К. Кон в одной из наиболее влиятельных работ, посвященных гендерному дискурсу в политике, проявление таких качеств, как, например, способность абстрактно мыслить, умение быть беспристрастным, привычка апеллировать к разуму, а не к чувствам, служит одновременно демонстрацией маскулинности. «Это, в свою очередь, означает... быть в привилегированной позиции в дискурсе»²³⁵.

Наконец, необходимо пояснить, что гендерные стереотипы столь активно используются, так как пол является одним из важнейших факторов жизни человека. К полу апеллируют, поскольку он легко идентифицируется человеком²³⁶, и стереотипные представления о характеристиках

²³⁴ Cohn C. Op. cit.; Goldstein J. S. War and Gender: How Gender Shapes the War System and Vice Versa. Cambridge, 2001. На российском материале см.: Рябова Т. Б. Мужественность и женственность в политическом дискурсе современного российского общества // Гендерные исследования. № 11 (2004); Riabova T., Riabov O. «U nas seksa net»: Gender, Identity, and Anticommunist Discourse in Russia // State, Politics, and Society: Issues and Problems within Post-Soviet Development / A. Markarov (Ed.). Iowa City, 2002.

²³⁵ Cohn C. Op. cit. P. 229.

²³⁶ Kahn K. F. Op. cit. P. 42.

мужчин и женщин легко соотносятся с его или ее личным опытом. Кроме того, важное значение имеет то, что отношения полов воспринимаются едва ли как не самые очевидные, понятные, а потому легитимные²³⁷. Именно данные обстоятельства превращают гендерные стереотипы в эффективный ресурс власти.

1.6. Гендерные стереотипы и политика

Итак, мы выяснили, что гендерные стереотипы являются ресурсом власти. Властная функция стереотипов реализует себя в разных сферах общества, но прежде всего, разумеется, в политической. Цель данного раздела — выявить основные формы взаимовлияния гендерных стереотипов и политики.

Социальные стереотипы и политика

Термин «политика» многозначен; существует множество определений, в которых акцентируются различные аспекты политического. В самом общем смысле под политикой понимают общественные отношения между социальными группами и сообществами, которые возникают вокруг процессов завоевания, удержания и использования государственной власти. Политическая сфера при этом рассматривается как область взаимодействия политических и социальных групп, классов, структур, объединений.

На политическое поведение, политическую борьбу, функционирование политических институтов, процессы принятия и реализации политических решений влияют не только экономические и социальные факторы, но и факторы культуры, например ценности и нормы, разделяемые в обществе. В связи с этим политическая культура выступает

²³⁷ *Blom I. Gender and Nation in International Comparison // Gendered Nations: Nationalisms and Gender Order in the Long Nineteenth Century / I. Blom, K. Hagemann, C. Hall (Eds). Oxford; New York, 2000. P. 6.*

одним из важных компонентов политики. Она интерпретируется как особый, субъективный срез политики, включающий ориентации и установки, которые отражаются в политическом поведении людей и функционировании политических институтов. Так, К. С. Гаджиев рассматривает данный феномен как «ценностно-нормативную систему, которая разделяется большинством населения в качестве субъекта политического сообщества»²³⁸. В другом определении в политическую культуру включается целый ряд компонентов, обеспечивающих воспроизводство политической жизни общества: ценности, знания о политике, политические ориентации и установки по отношению к власти, оценки и чувства, образцы и нормы политического поведения, стереотипы, которые предписывают, как можно и должно поступать в политике, политический язык с соответствующими кодами и символами²³⁹. Все эти компоненты «переплавляются» в «базовые убеждения, установки, ориентации, символы, обращенные на политическую систему»²⁴⁰.

Таким образом, социальные стереотипы являются значимым фактором политики²⁴¹. Очевидно, было бы странно, если бы политическая пропаганда не использовала стереотипы, отмеченные свойства которых — эмоциональная окрашенность, упрощенность, разделяемость — делают их эффективным и востребованным инструментом влияния. Кроме того что политический дискурс активно эксплуатирует социальные стереотипы (например, те же стереотипы мужчины и женщины), он производит, поддерживает и корректирует стереотипы политические, которые Д. В. Ольшанский определяет как «стандартизированный, схематизированный, упрощенный и уплощенный, обычно эмоционально окрашенный образ какого-либо социально-политического объекта (явления, процесса), обладающий

²³⁸ Гаджиев К. С. Политическая наука. М., 1995. С. 338.

²³⁹ Ирхин Ю. В. Социология культуры. М., 2006. С. 61—62, 66.

²⁴⁰ Гаджиев К. С. Указ. соч. С. 337—338.

²⁴¹ Подробнее об исследованиях социальных стереотипов в политике см.: Медведева С. М. Указ. соч.

значительной устойчивостью, но фиксирующий в себе лишь некоторые, иногда несущественные его черты»²⁴².

Целесообразно различать два источника вовлечения социальных стереотипов в политику. Во-первых, они существуют в общественном мнении — на уровне ожиданий и политических предпочтений. Закономерности их функционирования обусловлены отмеченными выше когнитивными и социально-психологическими факторами. Во-вторых, они целенаправленно эксплуатируются субъектами политики, что позволяет говорить о манипулировании ими. Публичный дискурс есть не только обмен политическими знаниями — это арена, на которой политики убеждают с помощью пропаганды. Чтобы завладеть вниманием, прибегают не к рациональным аргументам, а к особым техникам, воздействующим на иррациональном уровне²⁴³, например к неким доступным ключам²⁴⁴, которыми становятся символы, метафоры, слоганы. Очевидно, в тех же целях эксплуатируются и стереотипы социальных групп, в том числе и гендерные стереотипы. Стереотипы присутствуют не только в политических текстах, но и в визуальном материале: предвыборных роликах, фотографиях политиков, карикатурах, комиксах²⁴⁵. «Эффект стереотипизации неразрывно связан с манипулированием массовым сознанием, лишением действующего субъекта воли, ответственности, а следовательно, свободы в своих поступках», — отмечает О. Ю. Семендяева²⁴⁶. По оценке С. Г. Кара-Мурзы, социальные стерео-

²⁴² *Ольшанский Д. В.* Основы политической психологии. М., 2001. С. 81. См. также: *Медведева С. М.* Указ. соч. С. 23.

²⁴³ *Соловьев А. И.* Политология: Политическая теория, политические технологии. М., 2003. С. 319.

²⁴⁴ См.: *Hakannsson N.* Argumentative and Symbolic Discourse in Nordic Electoral Debate // *Instead of the Ideal Debate: Doing Politics and Doing Gender in Nordic Political Campaign Discourse* / K. Gommard, A. Krogstad (Eds). Aarhus; Oakvills, 2001. P. 34—35.

²⁴⁵ Техника дезинформации и обмана / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 1978.

²⁴⁶ *Семендяева О. Ю.* Эффект стереотипизации // Социс. 1985. № 1.

типы представляют собой один из главных «материалов», с которым орудует манипулятор; они обнаруживают себя в ярлыках, ложных обобщениях для обозначения противоборствующих социальных сил. «Поскольку их полезность для человека в том и заключается, чтобы воспринимать и оценивать быстро, не думая, манипулятор может применять их как “фильтры”, через которые его жертвы видят действительность»²⁴⁷. Как отмечал П. Бурдьё, эффективность символической власти зависит не только от позиции тех, кто осуществляет власть, и тех, на кого она направлена, но и от степени разделяемости последними используемых в ходе осуществления этой власти схем восприятия, включая стереотипы²⁴⁸.

Гендерные стереотипы, будучи, как и другие виды стереотипов, составной частью политической культуры, находятся в тесной взаимосвязи с политическими процессами. Мы остановимся на трех важнейших аспектах этого взаимовлияния. Прежде всего речь пойдет о гендерных различиях в политическом поведении. Далее, предметом рассмотрения станет влияние гендерных стереотипов на процессы политической борьбы. Наконец, мы затронем вопрос о том, как разделяемые в обществе представления о качествах и социальных ролях мужчины и женщины изменяются под влиянием политических процессов, например в результате пропаганды политических партий.

Гендерные стереотипы и политическое поведение

Гендерные различия политического поведения достаточно давно и плодотворно исследуются и в отечественном, и в западном социально-гуманитарном знании. Одной из основных тем изучения стала проблема политического участия женщин. Главным выводом российских ученых является тезис о том, что женщины нашей страны серьезно уступают мужчинам по уровню представленности в руководстве поли-

²⁴⁷ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2004. С. 135.

²⁴⁸ Bourdieu P. Practical Reason: On the Theory of Action. Stanford, 1998. P. 65.

тических партий, органах законодательной и исполнительной власти, как центральной, так и региональной. При этом распределение мужчин и женщин по реестру государственных должностей имеет ярко выраженную пирамидальную структуру: первые значительно чаще занимают должности, которые предполагают обладание большей властью²⁴⁹. В исследованиях последних лет было продемонстрировано, что и в советский период, который иногда представляют временем полного гендерного равенства, участие женщин во власти было непропорциональным и по количественным, и по качественным показателям²⁵⁰.

Другая широко обсуждаемая проблема связана с гендерными различиями в электоральном поведении, обнаруживающими себя, в частности, в особенностях политических ориентаций и политических предпочтений женщин и

²⁴⁹ См.: *Кочкина Е. В.* Политическая система преимуществ для граждан мужского пола в России (1917—2002) // *Гендерная реконструкция политических систем* / Под ред. Н. М. Степановой, М. М. Кириченко, Е. В. Кочкиной. СПб., 2003. С. 491; *Айвазова С., Кертман Г.* Мы выбираем, нас выбирают: Гендерный анализ парламентских и президентских выборов 2003—2004 годов в России. М., 2004; *Айвазова С. Г., Кертман Г. Л.* Мужчины и женщины на выборах: Гендерный анализ избирательных кампаний 1999 и 2000 гг. в России. М., 2000; *Гнедаш А. А.* Политико-административные элиты постсоветской России: гендерное измерение: (По материалам экспертного опроса в Краснодарском крае) // *Новые направления политической науки* / Под ред. С. Г. Айвазовой, С. В. Патрушева. М., 2007.

²⁵⁰ См., напр.: *Поленина С. В.* Участие женщин в общественной и государственной жизни // *Гендерная реконструкция политических систем.* На материале ряда западных стран было показано, какие государственные меры по преодолению дискриминации могут привести к росту числа женщин на выборных постах высшего эшелона исполнительной и законодательной власти (*Шведова Н. А.* Законодательные реформы в США в 1970-х — начале 2000-х гг.: Устранение дискриминации и создание равных возможностей для женщин // Там же. С. 125; *Степанова Н. М.* Культура гендерных отношений в политических партиях и в парламенте Великобритании // Там же. С. 207, 215).

мужчин, а также в большей активности первых на выборах²⁵¹. Гендерные различия в голосовании, а также в ценностях и приоритетах политического поведения обычно обозначают термином «гендерный разрыв». Иллюстрацией вариативности электорального поведения, обусловленной гендерным фактором, могут служить результаты исследования специфики политических предпочтений и других аспектов электорального поведения российских женщин на президентских и парламентских выборах, проведенного С. Г. Айвазовой и Г. Л. Кертманом. В частности, на парламентских выборах 1999 г. женщины чаще отдавали свои голоса «Единству» и «Яблоку». Особенно показательным было их голосование за «Яблоко», которое, по мнению исследователей, в значительной степени объяснялось позицией данного политического объединения против контртеррористической операции в Чечне²⁵². Другим примером может служить поддержка В. Путина женским электоратом на президентских выборах 2000 г., которая оказалась решающей для его победы уже в первом туре²⁵³.

Гендерные различия в электоральном поведении характерны и для других стран. В исследовании ООН было отмечено, что начиная с семидесятых годов избирательницы во всем мире отдают предпочтение тем партиям и политикам, которые декларируют защиту интересов женщины в вопросах репродуктивных прав, социальных гарантий, ее участия в процессе принятия решений²⁵⁴.

²⁵¹ Варданян Р. А. Демография, общественное мнение и различия в электоральном поведении женщин и мужчин // Гендерная реконструкция политических систем. С. 602, 605, 608; Саралиева З. М., Татарченко А. Ф., Балабанов С. С. Отношение к партиям и политические ориентации женщин // Женщины в зеркале социологии / Под ред. О. А. Хасбулатовой. Иваново, 1997.

²⁵² Айвазова С. Г., Кертман Г. Л. Мужчины и женщины на выборах. С. 29.

²⁵³ Там же. С. 51.

²⁵⁴ Кочкина Е. В., Кириченко М. М. Дестабилизация политических предписаний полу: Введ. // Гендерная реконструкция политических систем. С. 18.

Так, в США женский электорат в большей степени симпатизирует демократам, чем республиканцам (это проявилось, например, в поддержке на президентских выборах Б. Клинтона). Данное обстоятельство, как правило, объясняется тем, что для демократической партии приоритетными являются социальные и экономические вопросы, а не внешнеполитические²⁵⁵.

Отмеченная специфика в политическом поведении мужчин и женщин получает различные интерпретации, в связи с чем выделяют биологические и институциональные концепции, объясняющие низкое представительство женщин во власти. В рамках первых утверждается, что отсутствие женщин в политике — естественный процесс вследствие их природной склонности к домашнему очагу. Институциональные концепции, напротив, предполагают влияние социальных, политических, культурных факторов, в том числе гендерных стереотипов²⁵⁶. Мужчины и

²⁵⁵ См., напр.: *Seltzer R. A., Newman J., Leighton M. V. Sex as a Political Variable: Women as Candidate and Voters in US Elections.* Boulder; London, 1997. P. 34—35, 37; *McGlen N. E., O'Konnor K. Women, Politics, and American Society.* Englewood Cliffs, 1995. P. 70—74; *Шведова Н. А. Политическое участие и представленность женщин в США: последняя треть XX века // Гендерная реконструкция политических систем.* С. 117, 122.

²⁵⁶ *Кудряшова Е. В., Кукаренко Н. Н. Политическое участие женщин в Архангельской области // Гендерная реконструкция политических систем.* С. 711—713. Подчеркнем, что культурные факторы иногда оказываются для избирателя более значимыми, чем их экономические или политические интересы, в связи с чем выделяют особый тип электората, совершающего политический выбор под воздействием стереотипов массового сознания (модель доминирующего стереотипа), в отличие от голосования из экономических интересов (социально-экономическая модель), голосования, ориентирующегося на значимые для избирателя проблемы (проблемная модель), голосования, связанного с устойчивыми представлениями о необходимых для кандидата качествах (модель идеального кандидата), голосования, ориентирующегося на свою группу (адресная модель) (*Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий.* М., 2002. С. 75—76, 80, 83—84).

женщины стремятся соответствовать гендерным нормам, вести себя согласно ожиданиям и в данной сфере²⁵⁷.

Гендерные стереотипы и политическая борьба

Борьба за власть, ее завоевание, удержание и реализация в политических и управленческих решениях занимают важное место в структуре политики. Мы остановимся на таких вопросах, как роль гендерных стереотипов в технологиях борьбы за власть, их использование в легитимации власти, их эксплуатация в политической мобилизации, их влияние на политические решения.

В частности, они эксплуатируются в репрезентациях субъектов политики — касается ли это собственно политических лидеров или же политических институтов и партий. Говоря об общих закономерностях использования гендерных стереотипов в репрезентациях политики, необходимо учитывать отмеченное выше обстоятельство: власть рассматривается как мужское. Поэтому с помощью стереотипных представлений о мужском и женском имплицитно оценивается обоснованность претензий политических субъектов на власть.

Другой важный аспект влияния гендерных стереотипов на политическую борьбу — их участие в легитимации и делегитимации власти. Так, употребление маркеров маскулинности в отношении политика является и способом обоснования законности его притязаний на власть.

Политическая мобилизация — еще одна важнейшая составляющая политической борьбы. Данное понятие включает в себя обеспечение массовой поддержки со стороны граждан, организацию партиями и движениями высокого уровня политического участия своих сторонников для победы на выборах или их согласия с предложенными программами и мероприятиями. Это достигается за счет принуждения, идеологизации, использования авторитета политическо-

²⁵⁷ *Pickering M.* Op. cit. P. 177. См. также: *Preez Du P.* Op. cit. P. 121.

го лидера, разных форм манипулирования²⁵⁸. Формой политической мобилизации становится и эксплуатация идентичности индивидов, в том числе идентичности гендерной.

В современной социологии под идентичностью понимается осознание и переживание как целостности, тождественности и уникальности своего «Я», своих персональных характеристик (персональный уровень), так и собственной принадлежности к социальным (социально-демографическим) группам (социальный уровень). Идентификация человека с группой, общностью происходит по различным основаниям — по признаку пола, возраста, этничности, национальности, гражданства, по признакам принадлежности к определенному классу, профессии, конфессии и другим. Соответственно выделяют разные виды идентичности — гендерную, профессиональную, классовую, национальную, этническую, региональную и т. д. В гендерной идентичности на первый план выходят категории «мужское» и «женское», в соответствии с которыми индивид конструирует свою идентичность как представитель какого-либо пола²⁵⁹.

Поскольку воздействие на идентичность является ненавязчивным принуждением, формой власти²⁶⁰, постольку изучение социальной идентичности, индивидуальной и коллективной, становится все более востребованным в политической социологии; политики и политтехнологи уделяют самое пристальное внимание идентичности групп, на политическое поведение которых они собираются оказывать влияние²⁶¹. Общество, государство, социальные группы, отдельные индивиды эксплуатируют идентичность граждан, пытаясь мобилизовать их на определенные политические действия.

²⁵⁸ Соловьев А. И. Указ. соч. С. 538. См также: Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С. Социологический словарь. Казань, 1997.

²⁵⁹ Клецина И. С. Гендерная идентичность и права человека: психологический аспект. <http://www.strategy-spb.ru/portal/files/kletsina.doc> (последнее посещение в марте 2008 г.).

²⁶⁰ Фуко М. Указ. соч.; см. также: *Smitherman-Donaldson G., van Dijk Teun A.* Op. cit. P. 17—21.

²⁶¹ *Preez Du P.* Op. cit. P. 3, 7, 13.

Скрытая логика, лежащая в основе дискурса политической пропаганды, может быть представлена следующим образом: если ты русский (или, скажем, военный, или мусульманин, или бизнесмен, или болельщик «Спартака»), то, следовательно, должен разделять определенные ценности и обязан быть сторонником определенной политической силы. По такому же сценарию работает рекрутирование гендерной идентичности, апелляция к которой представляет собой установление взаимосвязи, своеобразных цепочек эквивалентности, между формами политического поведения индивида, с одной стороны, и определенными моделями маскулинности и фемининности — с другой. Определяя, что есть мужественность и женственность, отделяя «мужественное» поведение от «немужественного», тем самым не только поощряют избирателей к политической активности, но и подсказывают линию политического поведения, оказывая эффективное влияние на политические ориентации.

Обращение к гендерной идентичности индивида используется в политическом дискурсе с завидным постоянством, причем при усилении накала политической борьбы количество апелляций подобного рода увеличивается. Следует подчеркнуть, что такие воззвания появляются в контексте обсуждения не только гендерных, но и многих иных проблем, что объясняется особой значимостью для человека его гендерной идентичности²⁶².

Очевидно, эти апелляции включают в себя как непосредственные указания на то, какая именно линия политического поведения является правильной для мужчин или женщин, так и обращения, вовлекающие скрытые, латентные рычаги воздействия на гендерную идентичность. «Если ты мужчина — значит, уйдешь в отставку!» — такой призыв был написан на плакатах митингующих, пытавшихся выну-

²⁶² *Spike Peterson V. Sexing Political Identities: Nationalism as Heterosexism // Women, States and Nationalism: At Home in the Nation? / S. Ranchod-Nilsson, M. A. Tetreault (Eds). Routledge, 2000. P. 57—58.*

дить президента Литвы сложить с себя полномочия главы государства²⁶³. Подобные воззвания периодически используются и в российской политике. Во время президентских выборов 1996 г. С. Говорухин призывал избирателей отдать голоса за кандидата от КПРФ Г. Зюганова словами «Будьте мужчинами!», полагая, что именно это голосование будет соответствовать стандарту настоящего мужского поведения²⁶⁴. Сам факт попытки мобилизации гендерной идентичности в таком формате интересен тем, что голосование или не голосование за ту или иную партию, очевидно, не выступает атрибутом мужественности само по себе и становится таковым только в процессе сигнификации.

Помимо апелляций к идентичности, затрагивающих прямую маркировку поступка как мужского или женского, в практиках политической мобилизации используются и имплицитные призывы. Наиболее распространенной их формой являются апелляции к традиционным (и потому легитимным) ролям мужчины как кормильца и как защитника и женщины как хранительницы домашнего очага.

Гендерные стереотипы, далее, становятся фактором политики как собственно управленческой деятельности, будь то общенациональный, региональный или муниципальный уровни. Различные сферы политики (демографическая, образовательная, военная, налоговая, молодежная и др.) в той или иной степени испытывают влияние устойчивых представлений о мужчинах и женщинах²⁶⁵. Так, в современной академической литературе активно исследуется вопрос о роли гендерных стереотипов в международной политике²⁶⁶.

²⁶³ Телепрограмма «Сегодня», канал НТВ, 1 дек. 2003 г.

²⁶⁴ Политический рекламный телевизионный ролик КПРФ, канал ОРТ, 1 июня 1996 г.

²⁶⁵ Гендерный подход в деятельности государственных и муниципальных служащих: Учеб. пособие / Под ред. О. А. Хасбулатовой. Иваново, 2007.

²⁶⁶ Cohn C. Op. cit.; Steans J. Op. cit.; Hooper C. Op. cit.; Tickner J. A. Op. cit.

Наконец, гендерные стереотипы оказывают влияние на процесс принятия политических решений. Установлено, что, находясь на государственных должностях, женщины в большей степени, чем мужчины, уделяют внимание «женским» проблемам (вопросы семьи, здравоохранения, репродуктивных прав, связанные с традиционной ролью женщины как матери и жены). Среди основных причин этого, очевидно, не только особый опыт женщин (например, материнский), но и стереотипные представления о гендерной специфике сфер компетентности, с чем должны считаться политики обоих полов, стремящиеся к позитивной оценке своей деятельности избирателями. И наоборот, игнорирование существующих в обществе стереотипов может негативно сказаться на легитимности того или иного политика и власти в целом. В результате, принимая то или иное решение, политики в какой-то степени выступают заложниками гендерных стереотипов, в соответствии с которыми женщины должны быть, скажем, милосердными, мужчины — жесткими и т. д. В работе К. Кон на материале Холодной войны показано, как боязнь политика-мужчины показаться недостаточно жестким, немужественным ограничивает возможности принятия оптимального внешнеполитического решения²⁶⁷.

Видимо, этим список направлений воздействия гендерных стереотипов на политику не исчерпывается. Свидетельства их влияния можно обнаружить, по всей вероятности, в каждом аспекте политической сферы — от политических ритуалов²⁶⁸ до мотивации исследователей заниматься политологией.

²⁶⁷ Cohn C. Op. cit. P. 234—235.

²⁶⁸ Анализируя роль гендерных стереотипов в политических ритуалах, исследователи подчеркивают необходимость принимать во внимание идею мужского товарищества, символическую гомосоциальность высшей власти в государстве, которая находит выражение в ценностно-нормативной системе не только политики, но целого ряда социальных институтов (например, армии, спорте, бизнесе) (Mosse G. Op. cit. P. 158, 125; Spike Peterson V. Gendered Nationalism: Reproducing «Us» versus «Them» // The Women and War Reader / L. A. Lorentzen, J. Turpin (Eds). New York,

Политика как фактор создания гендерного порядка

Подчеркнем, что политика представляет собой сферу не только использования гендерных стереотипов, но и их поддержания и корректировки. Следовательно, правомерно говорить об обратном влиянии политической сферы на гендерные стереотипы. Оно проявляется, в частности, в маркировке политическим дискурсом тех или иных качеств или социальных ролей как мужественных или женственных.

Обычно, обозначая сферы дискурсивного создания гендерного порядка, называют СМИ или школу. Между тем политические силы также принимают активное участие в формировании новых значений женственности и мужественности. При этом те, кто находятся у власти, стремятся представить свои частные интересы как интересы общие, государственные (или официальные) и лишить этого права оппонентов. По словам П. Бурдьё, используются стратегии официализации, то есть происходит «символическая универсализация частных интересов или символическое присвоение себе интересов официальных»²⁶⁹. Точка зрения политиков тиражируется СМИ, которые являются не просто зеркалом: они, осуществляя сигнификацию, продуцируя значения, служащие для того, чтобы укрепить паттерны господства и подчинения²⁷⁰, играют важную роль в символическом воспроизводстве стереотипов, что делает роль политики в поддержании гендерного неравенства еще более значимой.

Различные политические силы, апеллируя к настоящей мужественности и женственности, вкладывают в данные понятия далеко не одинаковое содержание. Одна из причин этого заключается в том, что политические силы

1998. Р. 93; Юрчак А. Мужская экономика: «Не до глупостей, когда карьеру куешь...» // О муже(Н)ственности / Под ред. С. А. Ушакина. М., 2002.

²⁶⁹ Bourdieu P. Practical Reason. P. 216.

²⁷⁰ McClelland J. R. Visual Images and Re-Imaging: A Review of Research in Mass Communication // Women in Mass Communication / P. Creedon (Ed.). Newbury Park, 1993.

опираются на разные идеологии, ценности и нормы, в том числе гендерные. Другая причина непосредственно связана с самой сутью политической борьбы. С. Энлоз, автор одной из первых работ, посвященных проблеме гендерных аспектов послевоенной конфронтации, отметила, что Холодная война представляла собой, помимо соперничества сверхдержав, множество поединков за определение маскулинности и фемининности²⁷¹. На наш взгляд, таким же образом политическая борьба означает соревнование за определение и переопределение подлинной мужественности или подлинной женственности.

Влияние политики на гендерный порядок осуществляется, во-первых, через создаваемые политтехнологами имиджи политиков, в которых гендерная составляющая занимает значимое место. Избиратели, с одной стороны, оценивают степень мужественности и женственности кандидата, а с другой — популярный политик и сам становится образцом для подражания (хотя мы далеки от мысли, что звезды политического Олимпа служат эталоном для всех граждан). Во-вторых, влияние гендерных стереотипов проявляется в поддержке властью тех образцов массовой культуры, утверждение которых отвечает ее интересам. Очевидно, герои рекламных роликов и «мыльных опер», подиумов и спортивных ристалищ — это те иконы, которые едва ли обрели силу без поддержки определенных политических сил. В-третьих, гендерные стереотипы воспроизводятся через актуализацию в политическом дискурсе высказываний политических лидеров, содержащих оценки мужественности и женственности или затрагивающих тему взаимоотношений полов. В-четвертых, они транслируются через идеологию политических сил, отраженную в различного рода партийных документах (скажем, ценность индивидуализма является центральной в идеологии либерализма; вместе с тем она неотъемлема от стандарта маскулинности эпохи Модерности).

²⁷¹ Enloe C. H. *The Morning after: Sexual Politics at the End of the Cold War*. Berkeley, 1993. P. 18—19.

Подводя итоги, отметим, что стереотипизация представляет собой один из способов установления власти, в том числе в политической сфере. В самой природе гендерных стереотипов заложена возможность их участия в политических процессах, поскольку гендер используется для обозначения отношений власти как на микро-, так и на макроуровне. Устойчивые, разделяемые, упрощенные, эмоционально окрашенные представления о мужчинах и женщинах, определяя и иерархизируя Своих и Чужих, выступают значимым фактором политической борьбы. В дальнейшем мы проанализируем, в какой степени отмеченные теоретические положения проявляют себя на материале современной российской политики: как гендерные стереотипы включаются в соперничество политиков и политических партий; какое влияние они оказывают на гендерное неравенство в политической сфере.

Глава 2

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ

Путин — настоящий мужчина,
потому что он президент.

Из ответов участников соцопроса

Проведенный нами анкетный опрос, как было отмечено в предыдущей главе, показал, что россияне разделяют стереотипные представления о качествах и социальных ролях мужчин и женщин. Теперь перед исследованием встает задача выяснить, проявляются ли эти представления в политике, во-первых, и какое воздействие они оказывают на нее, во-вторых.

Обозначим круг вопросов, на которые нам предстоит ответить в данной главе. Каким образом и с какой целью гендерные стереотипы включаются в маркировку политиков — мужчин и женщин? Как они влияют на борьбу за власть? Каковы различия в их использовании в репрезентациях Своих и Чужих политиков? Как гендерные стереотипы проявляют себя в отношении избирателей к политикам и политическим партиям?

Мы посчитали целесообразным рассматривать влияние гендерных стереотипов на современную российскую политику на двух уровнях. Один из них — это публичный дискурс, для анализа которого были проведены исследование политической риторики и контент-анализ предвыборной прессы президентской кампании 2004 г. Другой уровень — это политические предпочтения наших соотечественников, его изучение потребовало проведения социологического (анкетного) опроса.

2.1. Есть ли пол у партий?

На первый взгляд данный вопрос лишен смысла. Однако, как было отмечено, гендерные стереотипы вовлекаются в обозначение явлений, которые, казалось бы, не имеют непосредственного отношения к полу, что чаще всего происходит с помощью гендерной метафоры. В качестве мужественных или женственных маркируются нации, конфессии, цивилизации, социальные классы, что означает наделение той или иной социальной группы характеристиками, отвечающими стереотипным представлениям о различиях полов.

Анализируя использование гендерных стереотипов в маркировке партий современной России, прежде всего подчеркнем, что подобная маскулинизация или феминизация осуществляется как при помощи непосредственного указания на «пол» политических субъектов¹, так и путем приписывания этим субъектам «мужских» и «женских» качеств и поступков. Чтобы проверить, насколько правомерно говорить о распространенности прямых гендерных маркировок политических институтов, мы попросили респондентов оценить ряд партий в категориях мужественности/женственности². Распределение ответов приведено в таблице 2.1.

¹ Например: «Коммунистическая партия показала себя настоящим мужчиной» — так оценила позицию коммунистов по одному из вопросов газета «Завтра» (2002. № 22).

² Формулировка вопроса была следующей: «Журналисты часто говорят не только о мужественности того или иного политика, но и о мужественности той или иной политической партии. Попробуйте оценить степень мужественности следующих политических партий». Мы допускали, заметим, что значительная часть опрошиваемых затруднится ответить на вопрос, однако лишь 5 % респондентов пропустили его.

Таблица 2.1

**Оценка респондентами мужественности/женственности
политических партий, % от числа опрошенных**

	Политические партии			
	ЕР	КПРФ	ЛДПР	«Яблоко»
Мужественная	36,4	14,4	15,3	5,2
Скорее мужественная	36,4	39,1	39,4	13,9
Скорее женственная	6,0	15,5	13,5	32,8
Женственная	3,1	2,9	4,8	15,7
Затрудняюсь ответить	18,1	28,1	27,0	32,3

В целом можно отметить устойчивую тенденцию маркировать «Единую Россию» как наиболее мужественную и «Яблоко» — как наименее мужественную. «Мужественной» и «скорее мужественной» назвали «Единую Россию» соответственно 36,4 и 36,4 % опрошенных, КПРФ — 14,4 и 39,1 %, ЛДПР — 15,3 и 39,4 %, «Яблоко» — 5,2 и 13,9 %. Подчеркнем, что такое использование понятий мужественности и женственности в отношении партий практически не зависело от возраста и образования респондентов. Фактором же, в наибольшей степени дифференцирующим ответы опрошенных, оказались их политические симпатии — таким образом, гипотеза исследования получила подтверждение. Партии, взгляды которых близки респондентам, наделяются чертами мужественности; и наоборот, Чужие, то есть партии, которые значительно отличаются от Своих, феминизируются. Данные таблицы 2.2 помогают составить представление о том, в какой степени взгляды респондентов по исследуемой проблеме зависят от их партийных симпатий.

Особенно показателен разброс мнений респондентов по отношению к партии «Яблоко». В целом она феминизируется в наибольшей степени: «женственной» и «скорее женственной» ее называют 50,8 % сторонников «Единой России», 60,7 % сторонников КПРФ, 68,2 % сторонников ЛДПР, 62,5 % сторонников «Справедливой России» и даже 50 % сторонников СПС — наиболее, казалось бы, близкой по идеологическим постулатам партии. Женственной считают «Яблоко» и респонденты, которые не оказали предпочтения ни одной из партий. И лишь те, кто заявил о бли-

зости своей позиции к позиции «Яблока», определили степень мужественности данной партии гораздо выше, чем других (69,3 %). Сходным образом оценивают мужественность и женственность Своих и Чужих партий сторонники иных политических сил.

Таблица 2.2

**Оценка респондентами мужественности/женственности
политических партий в зависимости
от их политических предпочтений, % от числа опрошенных**

Степень мужественности и женственности	Взгляды какой партии Вам ближе?				
	«Единая Россия»	КПРФ	ЛДПР	«Яблоко»	Никакой
«Единая Россия»					
Мужественная	68,3	14,3	36,4	15,4	21,1
Скорее мужественная	27,5	32,1	40,9	46,2	32,3
Скорее женственная	0,8	17,9	0	7,7	6,3
Женственная	0	10,7	9,1	0	1,4
Затрудняюсь ответить	3,3	25,0	13,6	30,8	28,9
Коммунистическая партия Российской Федерации					
Мужественная	15,1	25,0	18,2	15,4	12,8
Скорее мужественная	40,3	46,4	50,0	15,4	32,6
Скорее женственная	17,6	7,1	13,6	30,8	12,8
Женственная	2,5	3,6	9,1	0	2,8
Затрудняюсь ответить	24,4	17,9	9,1	38,5	3,9
Либерально-демократическая партия России					
Мужественная	21,6	3,6	54,5	0	
Скорее мужественная	43,1	35,7	22,7	46,2	
Скорее женственная	10,3	25,0	13,6	7,7	
Женственная	3,4	10,7	4,5	15,4	
Затрудняюсь ответить	21,6	25,0	4,5	30,8	
«Яблоко»					
Мужественная	5,1	0	4,5	23,1	3,5
Скорее мужественная	10,2	7,1	13,6	46,2	13,4
Скорее женственная	34,7	35,7	36,4	7,7	31,7
Женственная	16,1	25	31,8	0	12,7
Затрудняюсь ответить	33,9	32,1	13,6	23,1	38,7

В свете подобных оценок логичным выглядит и тот набор качеств, который респонденты атрибутируют политическим партиям. Как мы и предполагали, опрашиваемые приписывали партиям качества в соответствии с теми гендерными маркировками, которые они дали им ранее: так, если партию «Яблоко» чаще называли «женственной» или «скорее женственной», то, значит, именно ей приписывали стереотипно женские качества (нерешительность, слабость и т. д.). Процент опрашиваемых, характеризующих партию «Яблоко» как пассивную, нерешительную, слабую составил соответственно 56,7, 46,6 и 46,3 % (эти же качества значительно реже приписывались КПРФ и ЛДПР и еще реже — «Единой России») (табл. 2.3).

Таблица 2.3

**Мнение респондентов о качествах политических партий,
% от числа опрошенных**

Качества	Политические партии					
	ЕР	КПРФ	«Яблоко»	СПС	СР	ЛДПР
Сила	80,1	9,8	1,3	3,2	6,6	16,2
Забота	35,5	23,4	6,8	8,8	30,8	9,4
Решительность	45,2	15,2	5,5	7,2	11,1	43,3
Пассивность	5,4	21,8	56,7	39,8	20,7	9,4
Нерешительность	3,4	21,2	46,6	36,3	17,2	5,8
Разумность	51,0	17,7	9,8	8,0	22,7	12,3
Храбрость	25,3	10,4	3,6	2,8	13,6	40,8
Слабость	5,7	28,2	46,3	34,3	24,7	12,3
Верность убеждениям	32,7	53,2	9,4	11,2	10,6	28,2

При этом гендерные маркировки партий серьезно различаются в зависимости от политических предпочтений респондентов: например, ни один из сторонников «Яблока» не отметил пассивности своей партии, и лишь немногие указали нерешительность и слабость. Интересно, что больше половины опрашиваемых, называвших храбрость как характеристику «Яблока», являются сторонниками данной партии. Та же тенденция обнаруживает себя в отношении остальных партий. В наибольшей степени с помощью маркеров мужественности оценивалась партия «Единая Россия» — и не только среди сторонников.

Ниже приведена таблица, показывающая, как приверженцы различных политических сил наделяют гендерными маркерами партии «Единая Россия» и «Яблоко», и, на наш взгляд, наглядно иллюстрирующая, почему первую они называют мужественной, а вторую — женственной (табл. 2.4).

Таблица 2.4

**Мнение респондентов о качествах политических партий
в зависимости от их политических предпочтений,
% от числа опрошенных**

Качества		Взгляды какой партии Вам ближе?							
		ЕР	КПРФ	ЛДПР	«Ябло- ко»	«Ро- ди- на» ³	СПС	СР	Ни- какой
Сила	ЕР	84,5	72,0	55,0	54,5	71,4	72,7	87,5	84,0
	«Яблоко»	1,8	0	0	9,1	0	0	13,3	0
Забота	ЕР	51,7	28,0	50,0	9,1	14,3	27,3	18,8	26,4
	«Яблоко»	7,1	0	5,3	36,4	0	0	13,3	6,5
Решитель- ность	ЕР	62,1	28,0	40,0	27,3	28,6	18,2	43,8	40,8
	«Яблоко»	4,1	0	15,8	27,3	0	0	20,0	3,7
Пассив- ность	ЕР	3,4	4,0	10,0	9,1	14,3	9,1	12,5	4,8
	«Яблоко»	65,3	70,8	63,2	0	1,2	66,7	53,3	55,1
Нереши- тельность	ЕР	0,9	12,0	5,0	0	28,6	0	12,5	2,4
	«Яблоко»	45,9	45,8	42,1	0,7	33,3	55,6	30,0	51,4
Разумность	ЕР	61,2	40,0	45,0	45,5	28,6	63,6	62,5	46,4
	«Яблоко»	8,2	4,2	0	36,4	33,3	0	6,7	12,1
Храбрость	ЕР	44,8	12,0	10,0	27,3	14,3	18,2	31,3	16,0
	«Яблоко»	3,1	4,2	0	27,3	0	0	13,3	0,9
Слабость	ЕР	1,7	8,0	10,0	18,2	28,6	18,2	0	5,6
	«Яблоко»	46,9	50	47,4	9,1	50,0	33,3	46,7	48,6
Верность убеждениям	ЕР	56,0	24	20	0	14,3	27,3	18,8	21,6
	«Яблоко»	5,1	4,2	0	54,5	16,7	11,1	26,7	9,3

³ Хотя партия «Родина» на момент проведения опроса прекратила свое существование, мы посчитали, что позиция ее электората на период анкетирования не может быть полностью отождествлена с позицией приверженцев только что созданной «Справедливой России», возникшей в том числе и на базе «Родины».

Таким образом, на основании результатов опроса по данной проблеме мы можем сделать ряд выводов, принципиальных для дальнейшего исследования. Во-первых, гендерные стереотипы выступают фактором политических предпочтений современных россиян. Во-вторых, стереотипно мужские и стереотипно женские качества оказывают влияние на оценку субъектов политики, в том числе политических партий. При этом представления о мужественности/женственности партий коррелируются с представлениями об их силе/слабости и, как следствие, с убежденностью в том, какое положение они должны занимать в иерархии власти. Маскулинное оценивается более позитивно, чем фемининное⁴, что позволяет говорить об андроцентризме политического дискурса. Это обуславливает определение власти как мужского; обоснование притязаний на власть предполагает демонстрацию собственной маскулинности. В-третьих, данные опроса подтверждают положение об ингрупповом фаворитизме в функционировании социальных стереотипов; Свои маркируются как мужественные и описываются в терминах с мужскими коннотациями, а Чужие — как женственные и описываются в терминах с женскими коннотациями.

⁴ Данную тенденцию восприятия политических процессов можно проиллюстрировать несколько курьезным случаем. СМИ сообщали о дискуссии депутатов Свердловской области о том, какого пола должен быть соболь на гербе области. Возмущение народных избранников вызвал тот факт, что у соболя опущен хвост. Это по законам геральдики свидетельствует, что соболь не просто трус, но еще и особь женского пола. После нескольких часов обсуждения депутаты решили, что для символики «опорного края державы» необходимо «поднять хвост у соболя», поменять его пол и «все, что напоминает о старом трусливом соболе женского пола»; *Коновалов И.* Трусливому соболю все-таки подняли хвост — геральдическая реформа на Среднем Урале проведена успешно // ИА «Новый регион — Екатеринбург». <http://www.nr2.ru/ekb/05/04/12/all/> (последнее посещение в ноябре 2007 г.).

2.2. «Идеальный политик»: гендерное измерение

Анализируя гендерные аспекты политических предпочтений, мы посчитали необходимым остановиться прежде всего на вопросе, какими качествами, по мнению респондентов, должен обладать политик. Мы предложили им сделать выбор из списка качеств, среди которых были и стереотипно мужские, и стереотипно женские характеристики.

Среди вариантов ответов лидирующими стали: ум (71,4 %), честность (51,4 %), ответственность (51,4 %), решительность (46,9 %), справедливость (42,6 %), активность (39,6 %), самообладание (34,8 %), твердость убеждений (32,8 %), надежность (21,8 %), воля (20,1 %). Большинство из этих характеристик обычно определяются как мужские. К «мужским» качествам, как было отмечено в предыдущей главе, их отнесли и наши респонденты, за исключением, пожалуй, только честности, которую они приписали и мужчинам, и женщинам в равной мере (см. табл. 1.1 и 1.2). Замыкали данный список традиционно «женские» миролюбие (9 %), тактичность (8,8 %), терпеливость (7 %), доброта, отзывчивость (6,5 %), эмоциональность (0,3 %).

Каково гендерное измерение тех характеристик, которые в политиках не приветствуются? Из предложенного списка негативных качеств опрашиваемые выбрали: легкость смены убеждений (60,5 %), пассивность (59,3 %), нерешительность (53,5 %), трусость (52,5 %), слабость (45,5 %), жестокость (45,0 %), агрессивность (39,3 %), непредсказуемость (37,8 %), внушаемость (30,3 %), амбициозность (17,5 %); остальные варианты ответов набрали менее 15 %. Очевидно, большинство качеств, определенных респондентами как нежелательные для политика, входят в стереотип женщины (этот взгляд разделяют и наши респонденты; исключениями являлись трусость, которую опрошенные считают присущей и тому и другому полу, а также жестокость, агрессивность, амбициозность, которые обычно приписываются мужчинам).

Таким образом, тезис об андроцентризме политической сферы находит подтверждение в том, что более высо-

кую оценку получают те характеристики политиков, которые связаны с деятельностью (инструментальные качества) и одновременно являются составляющими стереотипа мужчины; напротив, «женские», экспрессивные черты рассматриваются скорее как недостаток для «идеального политика». Каким же респонденты видят место женщины в политике в этих условиях? Отвечая на данный вопрос, прежде всего подчеркнем, что в различных сегментах политики (например, армия и социальная защита) и на различных уровнях власти (скажем, управление государством и управление районом) ценность мужского и женского воспринимается по-разному. Гендерные стереотипы, о чем уже шла речь, фиксируют не только качества мужчин и женщин, но и соответствующие этим качествам сферы деятельности. Проанализируем представления о том, какие именно сферы компетентности являются преимущественно мужскими, а какие — преимущественно женскими.

В первую очередь отметим, что, как показывают проводимые в различных странах исследования, мужчинам и женщинам обычно приписываются альтернативные сферы компетентности: первые считаются специалистами в экономике, международной политике, армии, тогда как вторые — в вопросах образования, здравоохранения, социальной политики, охраны окружающей среды⁵. Любопытный эксперимент, посвященный различиям в восприятии политиков мужского и женского полов, провела К. Ф. Кан. Исследовательница предлагала потенциальным избирателям написанные ей самой предвыборные статьи, которые выдава-

⁵ См.: *Kahn K. F. Political Consequences of Being Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns*. New York, 1996. Р. 9. Д. Бистрем, исследуя рекламные видеоролики в американских избирательных кампаниях (1990—2002 гг.), показала, что кандидаты-женщины значительно чаще, чем кандидаты-мужчины, акцентируют в них вопросы образования, здравоохранения, социальной защиты, детской преступности, социальных проблем женщин (*Bystrom D. G. et al. Gender and Candidate Communication: VideoStyle, WebStyle, NewsStyle*. New York, 2004. Р. 36—37, 41).

лись за тексты неких кандидатов; при этом она варьировала пол «автора» текста и обсуждаемые в нем темы. Выяснилось, что кандидатов-мужчин респонденты считали более сильными, более компетентными, более квалифицированными в вопросах экономики, внутренней и международной политики; кандидатов-женщин — более честными, более сострадательными, готовыми вникнуть в проблемы избирателей, разбирающимися в упомянутых «женских» темах⁶.

Аналогичные данные в 2001 г. получила группа исследователей под руководством О. А. Хасбулатовой на материале Ивановской области. Более 80 % респондентов обоего пола (35,4 % — безусловно) поделили сферы деятельности на «мужские» и «женские», отнеся к первым политическую, военную, дипломатическую, управленческую, ко вторым — социальную сферу, сферу услуг и культуру⁷. Эта тенденция обнаружила себя и в опросе Левада-центра (2006 г.); ответы на закрытый вопрос: «В каких сферах деятельности женщины обладают преимуществом перед мужчинами?» — распределились следующим образом: в воспитании детей, молодежи — 81 %, в домашнем хозяйстве — 80 %, в искусстве — 38 %, в бизнесе — 23 %, в науке — 18 %, в спорте — 16 %, в управлении государством — 14 %⁸.

Данные нашего опроса практически подтверждают тенденцию различать сферы политической компетентности мужчин и женщин (табл. 2.5)⁹. Мужчины наделялись боль-

⁶ Kahn K. F. Op. cit. P. 9.

⁷ Хасбулатова О. А. Гендерные стереотипы в политической культуре: Специфика российского опыта // Женщина в российском обществе. 2001. № 3/4. С. 23. Похожие результаты впоследствии получили Л. С. Егорова и С. М. Степанова (Егорова Л. С., Степанова С. М. Гендерные стереотипы в управлении. Иваново, 2004. С. 22—23).

⁸ В чем женщины способнее мужчин? / Аналитический центр Юрия Левады. <http://www.polit.ru/research/2006/03/08/gentshiny.html> (последнее посещение в марте 2008 г.).

⁹ По мнению ряда исследователей, представления о гендерной специфике компетентности подкрепляются и реальными различиями: уровень политических знаний мужчин в целом выше,

шей компетентностью в сфере политики как таковой (73 % респондентов назвали ее мужским делом, причем 35,7 % из них — безусловно мужским), внешней политики (87,9 % респондентов; 59,3 % безусловно), армии (96,8 % респондентов; 82 % безусловно). По позициям «бизнес», «образование», «здравоохранение» лидирует ответ «компетентны и мужчины, и женщины» (соответственно 53, 48,6, 44 %). Как «женскую» оценили сферу социальной защиты: таких взглядов придерживаются 70,7 % респондентов (в том числе 42,9 % сочли ее «безусловно женской»), между тем как 23,6 % опрошенных полагали, что компетентность мужчин и женщин в этой сфере одинакова, и только 4,1 % отдали приоритет мужчинам.

Что касается специфики мужского и женского взглядов на данную проблему, то женщин значительно меньше устраивает вариант ответа, что политика как таковая — это мужское занятие. Сугубо мужской сферой компетентности ее сочли 44,1 % мужчин и только 27,4 % женщин. Среди тех, кто полагал, что политика — дело и тех и других, женщин в два раза больше, чем мужчин (31 и 15,4 % соответственно). Внешнюю политику мужским занятием назвали 92,1 % респондентов мужского пола (из них 68,4 % выбрали вариант ответа «безусловно мужское»). Среди женщин более высокую компетентность мужчин во

хотя с проблемами здравоохранения, семьи, повседневной жизни женщины знакомы в большей степени, чем мужчины (*Kahn K. F.* Op. cit.; *Tolleson-Rinehart S., Josephson J. J.* Introduction // *Gender and American Politics: Women, Men, and the Political Process* / S. Tolleson-Rinehart, J. J. Josephson (Eds). New York; London, 2000. P. 5; *Carpini Delli M. X., Keeter S.* Gender and Political Knowledge // *Ibid.* P. 34, 38; *Broverman I., Vogel S. R., Broverman D. M., Clarkson F. E., Rosenkrantz P. S.* Sex Role Stereotype: A Current Appraisal // *Journal of Social Issues.* 1972. Vol. 28. № 2; о проблеме гендерных различий в политической компетентности в современном российском обществе см.: *Кертман Г. Л.* Гендерные различия в политическом сознании и поведении российских граждан // *Гендерные аспекты политической социологии: Учеб. пособие* / Под ред. С. Г. Айвазовой, О. А. Хасбулатовой. М., 2004).

внешней политике признали 83,8 % опрошенных, однако их мнение отличалось меньшей безапелляционностью: 50,3 % считали внешнюю политику делом лишь мужчин и 33,5 % — «скорее делом мужчин». Вариант, предполагающий, что компетентность во внешней политике не зависит от пола, выбрало вдвое больше женщин, чем мужчин (12,6 и 5,3 % соответственно).

Таблица 2.5

Оценка респондентами компетентности мужчин и женщин в различных сферах деятельности, % от числа опрошенных

Кто более компетентен в сфере	Мужчины	Скорее мужчины	И те и другие	Скорее женщины	Женщины	Не знаю
Внешней политики	59,3	28,6	8,9	0,5	0,5	2,1
Образования	2,6	5,2	48,6	22,8	19,4	1,3
Здравоохранения	4,7	8,9	44,0	24,2	17,2	1,0
Армии	82,0	14,8	2,1	0,5	0,3	0,3
Политики	35,7	37,8	23,5	1,1	0	1,9
Бизнеса	16,6	27,5	53,0	0,5	0,8	1,6
Социальной защиты	1,8	2,3	23,6	42,9	27,8	1,6

В свою очередь, пол опрашиваемых влияет и на их представления о компетентности мужчин и женщин в области социальной защиты: «женским» и «скорее женским» делом ее считают 48,2 и 31,1 % респонденток и соответственно 37,5 и 24,5 % респондентов. А вот среди тех, кто настаивал на равной компетентности полов в вопросах социальной защиты, вдвое больше мужчин, чем женщин (30,7 и 16,6 % соответственно). Позиции респондентов и респонденток в отношении компетентности мужчин и женщин в сфере армии, образования, здравоохранения, бизнеса оказались сходными.

Иными словами, политика *per se* маркируется прежде всего как мужской вид деятельности; компетентность женщин респонденты готовы признать в социальной политике,

то есть там, где ожидается проявление экспрессивных качеств. Очевидно, следствием подобных представлений является то, что во властных структурах (и на местном, и на федеральном уровне) женщины чаще занимают должности, связанные с ответственностью за социальную сферу, культуру, здравоохранение, образование¹⁰. Это, кстати, косвенным образом свидетельствует о том, что большинство политиков, включая принимающих кадровые решения, разделяют мнение о специфике компетентности женщин¹¹.

Данные представления выступают одной из причин гендерного неравенства. Исследователи показали, что в современном мире гендерное неравенство значительно модифицировалось: исчезли многие юридические и экономические ограничения для участия женщин в политике и их представленности в высших эшелонах власти; между тем культурные и дискурсивные факторы (в числе которых и гендерные стереотипы) продолжают сохранять свое влияние. Проблема, как справедливо отмечают ученые, заключается в том, что в силу этих факторов политика воспринимается как неженское дело не только большинством мужчин, но и многими женщинами.

Подобный — достаточно неутешительный — вывод, казалось бы, может быть оспорен тем фактом, что за последние десятилетия показатели реального участия женщин во власти возросли, и не только в странах Запада. Значительной, согласно данным социологических опросов,

¹⁰ См., напр.: *Марченко Т. А.* Женщины в элите России (начало 1990-х гг.) // *Гендерная реконструкция политических систем* / Под ред. Н. М. Степановой, М. М. Кириченко, Е. В. Кочкиной. СПб., 2003. С. 526.

¹¹ В. Константинова иллюстрирует наличие гендерных предпочтений среди депутатов Государственной думы таким примером: ни один из опрошенных депутатов-мужчин в ответе на вопрос, какой комитет он бы выбрал в первую и вторую очередь для работы, не назвал комитеты по здравоохранению, социальной политике, социальному обеспечению (см.: *Мошненко В. В.* Проблемы и факторы формирования женского политического лидерства: Дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д, 2004).

является и степень готовности россиян видеть женщин на самых высоких постах. Так, один из социологических опросов, проведенный Фондом «Общественное мнение» (август 2006 г.), показал, что большинство россиян (57 %) не исключают для себя возможности проголосовать за женщину-президента¹².

Не ставя под сомнение ценность подобных опросов, все же хотелось бы высказать предположение, что это не повод для безудержного оптимизма всех сторонников гендерного равенства. Дело в том, что, очевидно, ни один политик не является только женщиной или только мужчиной — она или он еще обладают также другими статусными характеристиками, включая этнические, конфессиональные, возрастные, образовательные. Данные характеристики выступают в роли факторов, которые либо способствуют успеху в политике того или иного индивида, либо препятствуют ему. Так, Х. Клинтон — не только женщина, а Б. Обама — не только чернокожий. Более эвристично, на наш взгляд, вопрос следует ставить следующим образом: справедливо ли утверждение, что женственность — это скорее негативный фактор в политике, чем позитивный. Быть женщиной — это плюс или минус для политика?

Мы полагаем, что дополнительную информацию по этой проблеме можно получить, анализируя мнение респондентов о том, на каких именно уровнях власти (управление страной, городом, предприятием, семьей) они приветствовали бы кандидатуру женщины в первую очередь. Как и ожидалось, эффективное управление семьей респонденты расценили в основном в качестве дела женщин, а управление всех других уровней — дела мужчин (рис. 2.1). Так, эффективность женского управления семьей по пятибалльной шкале была оценена в 4,6 балла, мужского — в 3,2 балла. При этом более 90 % процентов респондентов оценили способность женщин эффективно управлять семьей на 4 и 5 баллов (соответственно 26 и 66,1 % респондентов) и лишь 0,3 % поставили низший балл. Мужчины эф-

¹² Новые известия. 2006. 1 сент.

фективной, по мнению опрошенных, управляют предприятием (4,4 балла для мужчин и 3,4 балла для женщин), городом (соответственно 4,3 и 2,9), страной (4,6 и 2,4). Обратим особое внимание на то, как существенно различаются мнения респондентов в отношении эффективности управления страной женщинами и мужчинами.

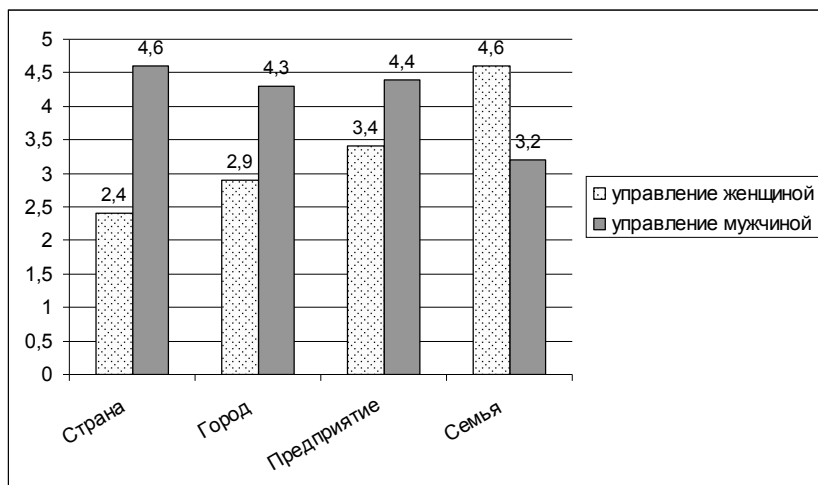


Рис. 2.1. Оценка респондентами эффективности власти мужчин и женщин, баллы от 1 до 5

Отметим также, что многие респонденты, оценивая высшим баллом («5») эффективность управления женщиной семьей и низшим («1») — управления городом, предприятием, страной, в отношении мужчин выражали прямо противоположную точку зрения.

Вполне предсказуемым стало распределение мнений опрошенных по полу: женщины выше (хотя и незначительно) оценивали эффективность власти представительниц своего пола во всех предлагаемых сферах управления. С возрастом отношение к эффективности женского управления страной становится менее благожелательным (2,8 балла в группе «18—25 лет» и 2,2 балла в группе «56 лет и старше»); при этом степень доверия к женскому

управлению семьей возрастает с 2,7 балла до 3,7 балла в указанных возрастных группах.

Таким образом, в ответах респондентов достаточно отчетливо прослеживается влияние одного из основных представлений, обусловленных гендерными стереотипами, а именно: приватная сфера рассматривается как женская, а публичная — как мужская. Очевидно, что такого рода гендерная маркировка двух сфер представляет собой один из важнейших факторов, препятствующих участию женщин в высших эшелонах власти¹³. Сегодня публичную сферу чаще рассматривают в контексте взаимоотношений со сферой приватной, как составную часть дихотомической модели, которая структурирует образ жизни индивидов¹⁴. Публичная сфера — это экономика, политика, культура, предпринимательство; сфера приватная — дом, семья, быт. Для нашего исследования принципиально, что и публичная, и приватная сферы имеют отчетливые гендерные маркировки: первая расценивается как преимущественно мужская; вторая, напротив, феминизируется, связывается с женщинами¹⁵. При этом публичная и приватная сферы неравноценны: первая определяет границы второй¹⁶.

Подобная гендеризация двух сфер обусловлена исторически, она является наследием докапиталистического периода, когда жизнь женщины протекала преимущественно в рамках семьи, а ее обязанности в основном сводились к деторождению и участию в экономике домашнего хозяйства. Эти различия получали идеологическое обоснование: различное предназначение полов в обществе, предполагающее ответственность женщин за мир и согласие в семье, за рождение детей и воспитание их в юном возрасте,

¹³ Sreberny A., van Zoonen L. Gender, Politics, and Communication: Introduction // Gender, Politics, and Communication / A. Sreberny, L. van Zoonen (Eds). Hampton Press, 2000. P. 5.

¹⁴ Словарь гендерных терминов / Под ред. А. А. Денисовой. М., 2002.

¹⁵ Там же; Sreberny A., van Zoonen L. Op. cit. P. 4.

¹⁶ См., напр.: Sreberny A., van Zoonen L. Op. cit. P. 4.

за эффективное функционирование хозяйства — основная мысль античных и средневековых трактатов о семье¹⁷. Кроме социально-экономических факторов, важную роль играла традиция закрепления на символическом уровне публичного за мужчиной, а приватного — за женщиной; мужское в бинарных оппозициях соотносится с силой, отвагой, рациональностью, беспристрастностью, то есть теми качествами, которые востребованы в публичной сфере. Несмотря на то что в новое и новейшее время женщины все активнее вовлекались в общественное производство и в политическую жизнь, а их зависимость от постоянных родов значительно снизилась, процесс отождествления женского с приватным, а мужского — с публичным остается во всех социально-политических системах современности — и авторитарных, и демократических¹⁸ — важным фактором, влияющим на социальный статус полов (в том числе на участие в распределении властных полномочий), что обусловлено представлениями о неравноценности этих двух сфер. Данная тенденция характерна и для российского общества, вопреки советской идеологии, которая за длительный период своего господства пыталась сломать разделение публичной и приватной сфер.

Чтобы прояснить точку зрения опрашиваемых на участие женщин в управлении страной, был задан еще один вопрос, касающийся степени их готовности поддержать женщин на различных государственных должностях высшего ранга (рис. 2.2). В роли губернатора женщину были готовы видеть 52,9 % опрашиваемых, премьер-министра — 40,4 %, главы Государственной думы — 38,3 % и, наконец, президента — 21 %. Другими словами, чем выше в представлении наших респондентов был уровень власти и ответственности, связанных с работой в той или иной должности, тем в меньшей степени они хотели поддержать на этом посту женщину.

¹⁷ См.: *Рябова Т. Б.* Женщина в истории западноевропейского средневековья. Иваново, 1999.

¹⁸ *Sreberny A., van Zoonen L.* Op. cit. P. 5—8.

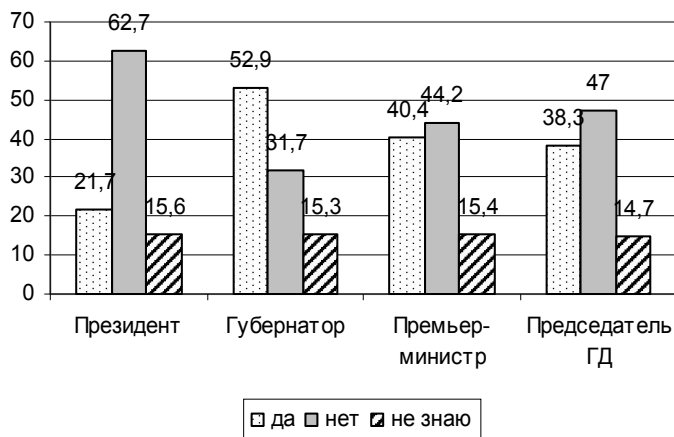


Рис. 2.2. Готовность респондентов поддержать кандидатуры женщин на различных государственных должностях, % от числа опрошенных

Принципиальным нам кажется то, что даже те респонденты, которые, отвечая на предыдущий вопрос, выражали свою готовность проголосовать за женщину-президента, как правило, оценивали степень эффективности власти женщины в управлении страной на одну-две позиции ниже.

Показательно, что при ответе на вопрос не было выявлено серьезных различий в оценках в зависимости от уровня образования (что свидетельствует об устойчивости гендерных стереотипов в разных социальных слоях): более половины респондентов с высшим образованием (66,4 %) — и мужчин, и женщин — отрицательно ответили на вопрос о том, проголосовали бы они за женщину-президента (для респондентов со среднеспециальным образованием этот показатель составил 57,7 %).

Отметим и более высокий уровень доверия женщин представителям своего пола (табл. 2.6): 56,7 % респондентов допускают, чтобы женщина занимала должность губернатора, 45,9 % — премьер-министра, 37,6 % — главы Госдумы и 26,7 % — президента (голоса мужчин по этим позициям распределились как 49,2, 34,9, 39 и 16,8 %).

Таблица 2. 6

**Готовность респондентов поддержать кандидатуры женщин
на различных государственных должностях
в зависимости от их пола, % от числа опрошенных**

Пост		Готов	Не готов	Не знаю
Губернатора	Мужчины	49,2	36,1	14,7
	Женщины	56,7	27,3	16,0
Премьер-министра	Мужчины	34,9	50,2	14,9
	Женщины	45,9	38,1	16,0
Председателя Государственной думы	Мужчины	39,0	44,6	16,4
	Женщины	37,6	49,5	12,9
Президента	Мужчины	16,8	69,4	13,8
	Женщины	26,7	55,9	17,4

Существенное влияние на отношение респондентов к этой проблеме оказал их возраст. Женщину-президента согласны поддержать 34,7 % молодых людей в возрасте 18—25 лет, 23,2 % в категории 26—35 лет, 13,1 % в категории 36—55 лет и 15,8 % в старшей возрастной группе. Равным образом с возрастом снижается число людей, готовых видеть женщину губернатором (соответственно 66,3, 48, 51,5 и 45,7 %), премьер-министром (53,1, 38,4, 34,7 и 35,1 %), председателем Государственной думы (52, 39,4, 33,7 и 27,7 %).

Наконец, отметим ряд интересных различий во мнениях опрашиваемых в зависимости от их политических предпочтений. По всем позициям больше всего утвердительных ответов дали респонденты, симпатизирующие СПС: женщину в качестве губернатора поддержали бы 75 % респондентов, премьер-министра и главы Государственной думы — по 58,3 %, президента — 50 % (в то же время мнения сторонников ЛДПР в пользу указанных постов распределились как 43,5, 34,8, 34,8 и 13 %, а сторонников «Единой России» — соответственно 50,8, 34,7, 29,2 и 11,7 %).

Другим важным показателем гендерной маркировки политической сферы мы посчитали то значение, которое избиратели придают частной жизни мужчин-политиков и женщин-политиков. Каким образом различные аспекты ча-

стной жизни становятся факторами оценки индивида как политика? Мы исходили из того, что гендерная маркировка публичного как мужского и приватного как женского отражается в различном понимании роли частной жизни политиков различного пола: в отношении женщин она воспринимается как более значимая, чем в отношении мужчин; частная жизнь политика-женщины является более важным фактором ее оценки избирателями. Итак, в какой же степени «личное» женщины-политика становится «политическим»?

Данные проведенного нами опроса подтверждают, что отклонение от общепринятого семейного стандарта порицается в отношении женщин больше, чем в отношении мужчин. Факт отсутствия семьи у политиков был оценен респондентами (по шкале от -3 до +3) в -1,5 балла для женщин и -1,4 для мужчин, бездетности — в -1,4 и -1,1, супружеской неверности — в -2,3 и -1,8, наличия нескольких браков за плечами — в -2 и -1,6.

Единственная норма частной жизни, нарушение которой политиками-мужчинами порицается больше, чем политиками-женщинами, — нетрадиционная сексуальная ориентация (-2,6 против -2,4), но это связано скорее с чуть менее нетерпимым отношением общества в целом к женскому гомосексуализму.

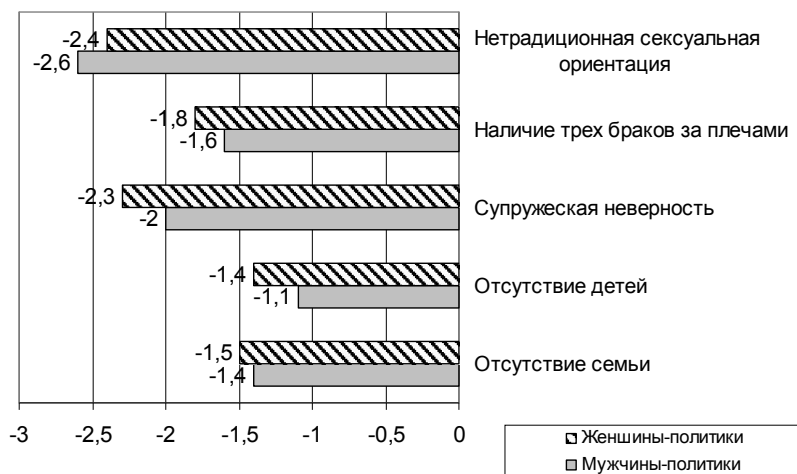
Вполне ожидаемыми оказались расхождения во мнениях у людей с неодинаковыми политическими предпочтениями. Скажем, сторонники двух партий, различающихся идеологией и социальным составом, — КПРФ и «Яблоко» — осуждают факты, которые не соответствуют обычному образу счастливой моногамной семьи. Вместе с тем не сложно заметить, что первые делают это более сурово, чем вторые (табл. 2.7, рис. 2.3).

Взгляды респондентов мужского и женского пола на частную жизнь политиков различаются незначительно: можно лишь отметить, что вторые в несколько большей степени порицали супружескую неверность и политика-женщины (-2,3 против -1,4), и политика-мужчины (-2,2 против -1,7), а также факт его многочисленных браков (соответственно -1,8 и -1,3).

Таблица. 2.7

**Оценка фактов частной жизни политиков
в зависимости от политических предпочтений респондентов,
баллы от –3 до +3**

Факты частной жизни политиков	Сторонники КПРФ	Сторонники «Яблока»
Отсутствие семьи		
у женщин	–1,7	–1,6
у мужчин	–1,2	–1
Отсутствие детей		
у женщин	–1,6	–1,3
у мужчин	–1,6	–0,2
Супружеская неверность		
у женщин	–2,6	–2,2
у мужчин	–2	–0,7
Нетрадиционная сексуальная ориентация		
у женщин	–2,5	–2,1
у мужчин	–2,9	–1,5
Наличие трех браков за плечами		
у женщин	–2,4	–1,5
у мужчин	–1,8	–0,7



**Рис. 2.3. Оценка фактов частной жизни политиков
в зависимости от их пола, баллы от –3 до +3**

Очевидно, женщина-политик в представлении избирателей — это в первую очередь женщина и только потом политик. Данный вывод, на наш взгляд, подтверждается и тем, какое значение в политических предпочтениях придается внешности политика. Результаты нашего опроса свидетельствуют о том, что при восприятии женщин-политиков фактор внешней привлекательности играет большую роль, чем при восприятии мужчин-политиков: по шкале от -3 до $+3$ ее важность была оценена соответственно в $+2,1$ и $+1,6$ балла (причем для респондентов-женщин этот фактор весомее, чем для респондентов-мужчин).

2.3. «Настоящий мужчина» современной российской политики

Поскольку предпочтительными качествами политика являются именно те, которые входят в стереотипный образ мужчины, то резонно предположить, что тот, кто добился наибольшей политической власти, выглядит в глазах избирателей наиболее мужественным. Другая гипотеза исследования относительно воззрений избирателей на мужественность политиков связана с ингрупповым фаворитизмом в их оценках: Свои должны восприниматься более позитивно, то есть в большей степени соответствовать канону маскулинности, между тем как Чужие — в меньшей.

В ответ на нашу просьбу назвать «настоящего мужчину» современной российской политики около половины респондентов (44,8 %) остановили свой выбор на В. Путине. Кроме него, чаще других назывались С. Иванов (5,8 %), В. Жириновский (5 %), С. Шойгу (4,8 %), Д. Медведев (3,5 %). В числе неоднократно упоминаемых — губернаторы и лидеры регионов (Ю. Лужков, М. Мень, А. Тулеев, М. Шаймиев, Р. Кадыров), министры и государственные чиновники (М. Фрадков, С. Лавров, Г. Греф), лидеры партий (С. Миронов, Б. Грызлов, Г. Зюганов, Б. Немцов, Э. Лимонов).

В данном случае интересен не столько персональный список, составленный респондентами, сколько то, что послужило основанием для их выбора. Часть опрашиваемых

(5,5 %) дали объяснения общего характера, которые, тем не менее, говорят о своеобразии их представления о мужественности; приведем некоторые из них:

- только настоящий мужчина способен добиться столь высокого поста и поднять страну из небытия;
- он доказал свою мужскую состоятельность; обладает лучшими мужскими качествами;
- выполняет свою работу так, как должен выполнять мужчина;
- всегда там, где нужно;
- в нем чувствуется мужская сила характера;
- за него не стыдно.

Показательно, что часть респондентов (5,8 %) объяснила свой выбор, казалось бы, иррелевантным фактором: этот человек настоящий мужчина, поскольку он хороший политик. Представления о тесной связи мужественности с властью в наиболее явной форме отразились в таких неоднократно встречавшихся высказываниях, как «Путин — настоящий мужчина, потому что он президент». Иногда объяснением или иллюстрацией мужественности политика для опрашиваемых являлась связь политика с армией или силовыми структурами, его успехи в спорте: ...потому что он военный (полковник, спортсмен, бывший разведчик, представитель силовых структур, летчик).

Однако значительно чаще респонденты просто отмечали личностные качества политика, которые, с их точки зрения, характеризуют его как мужчину. Перечислим самые называемые характеристики: ум (16,8 %), решительность (10,5 %), твердость убеждений (10,3 %), мужественность, мужская сила характера (9,5 %), сила (7,8 %), ответственность (6,3 %), активность, энергичность (5,8 %), честность (5,5 %), надежность, справедливость, «отвечает за свои слова» (по 4,5 %), образованность и компетентность (по 4 %), качества лидера, требовательность к себе и подчиненным, авторитет у подчиненных (по 3,5 %). Этот список характеристик «настоящего мужчины», предложенный респондентами, практически полностью укладывается в стандартный набор качеств, которые, как было отмечено, со-

ставляют содержание стереотипа мужчины. Исключением являются лишь забота, тактичность и миролюбие (впрочем, такие описания мужественности встречались нечасто — соответственно 2,7, 2 и 0,7 %).

Ряд опрошенных (7,2 %) не предложили своего варианта «настоящего мужчины» в политике. Часть из них высказала мнение, что, поскольку они не знают политиков как личностей, то не имеют права судить об их мужественности. Настоящих мужчин в российской политике нет — так полагала другая часть респондентов, и их аргументация также представляет интерес:

- у них у всех отсутствует чувство ответственности;
- мужчина должен быть честным и иметь понятие о чести, а у наших политиков это отсутствует;
- политики лицемерны, а это не подобает настоящему мужчине;
- они только раздают обещания;
- они пассивны;
- они нерешительны;
- они легко меняют убеждения;
- они непредсказуемы.

Многие респонденты давали пояснения, как проявляются «подлинно мужские» качества в политической деятельности. Например, твердость находит свое выражение в твердости политических убеждений («Путин тверд в убеждениях. Он сумел в течение восьми лет сохранить собственное мнение»); смелость проявляется в отстаивании своих взглядов («не боится заявить о своих взглядах», «не лебезит перед всеми»); ум и ответственность обнаруживают себя в «умении определять цели и пути их достижения, брать на себя ответственность за их выполнение».

Проверяя гипотезу об ингрупповом фаворитизме, мы предложили респондентам оценить по пятибалльной шкале степень мужественности десяти известных политиков, среди которых были лидеры государств, главы регионов и политических партий. В целом оценка респондентами мужественности этих политиков различалась от 2,1 балла у

Г. Явлинского до 4,3 балла у В. Путина. При этом ни пол отвечающих¹⁹, ни их возраст не выступили фактором, определяющим различия в оценках. Можно отметить тенденцию более высокой оценки мужественности Г. Зюганова в старших возрастных группах, однако скорее всего это связано с тем, что именно в этой возрастной категории в наибольшей степени представлен электорат КПРФ.

Гипотеза о маскулинизации Своих получила подтверждение: основным фактором, дифференцирующим ответы респондентов на этот вопрос, являются именно их политические предпочтения. Симпатии к Своим политикам порождают не только представления об их решительности, силе, справедливости, но и убежденность в их мужественности.

Таблица 2.8

**Оценка мужественности политиков в зависимости
от политических предпочтений респондентов,
баллы, от 1 до 5**

Политик	Взгляды какой партии разделяете?							В среднем
	ЕР	КПРФ	ЛДПР	«Ябло- ко»	«Роди- на»	СР	Ни- ка- кой	
В. Путин	4,7	4,1	4,3	3,9	4,1	4,8	4,2	4,3
Д. Медведев	3,6	2,8	3,2	3,2	3,1	2,9	3,3	3,3
С. Иванов	3,9	3,2	3,7	4,1	3,7	3,7	3,4	3,6
В. Жириновский	3,3	2,7	4,7	2,6	2,5	3,3	3,0	3,1
С. Миронов	3,0	2,4	2,7	2,6	2,0	2,3	2,7	2,8
Г. Явлинский	2,8	1,8	2,4	3,3	2,3	2,4	2,0	2,1
Г. Зюганов	2,5	3,5	2,8	3,6	2,5	2,6	2,5	2,6
Дж. Буш	2,5	2,4	3,0	3,0	2,1	2,9	2,5	2,5
Э. Лимонов	2,1	2,7	2,7	2,7	1,9	2,7	2,3	2,3

Данные опроса показывают существенные расхождения мнений респондентов, сочувствующих той или иной партии, в отношении лидеров основных политических сил (табл. 2.8). Заметим, однако, что оценки мужественности

¹⁹ Хотя, заметим, мужественность В. Путина, Д. Медведева, Г. Явлинского оценивалась женщинами чуть выше, чем мужчинами, а В. Жириновского — чуть ниже.

В. Путина были высоки у сторонников всех партий (лишь сторонники «Яблока» поставили ему значительно меньший балл), что соответствовало стабильно высокому рейтингу президента; он являлся Своим для большинства населения. Степень же мужественности Г. Зюганова, Г. Явлинского, В. Жириновского их сторонниками и противниками оценена по-разному, что подтверждает тенденцию маскулинизации Своих и демаскулинизации Чужих. Так, у приверженцев ЛДПР наивысший балл получили В. Жириновский и В. Путин (по 4,3), между тем как Г. Зюганов и Г. Явлинский — соответственно 2,8 и 2,4. Аналогичным образом сторонники «Единой России» были не слишком высокого мнения о маскулинности Г. Явлинского и Г. Зюганова, оценив собственного лидера, В. Путина, по этому критерию очень высоко — большинство из них (71 %) были уверены, что он заслуживает «пятерки» (низший балл В. Путину поставили только 0,3 % респондентов). Среди сторонников КПРФ никто не удостоил максимальной оценки Г. Явлинского (и целых 55 % поставили ему минимальный балл); мужественность Г. Зюганова, напротив, 58,7 % из них оценили на 4 или 5 баллов.

Любопытно, что Э. Лимонов, лидер НБП, для которого свойственно позиционирование себя как «настоящего мужчины», в том числе при помощи протестного поведения, также далек, по мнению респондентов, от идеала маскулинности (более 40 % опрошенных поставили ему «единицу»).

Наконец, низкая оценка мужественности Дж. Буша — человека, который во многом определяет мировую политику, — может быть понята, на наш взгляд, только в контексте гендерных аспектов современного российского антиамериканизма²⁰.

²⁰ О гендерных аспектах антиамериканизма в современной России см.: *Рябова Т. Б., Лямина А. А. Антиамериканизм по-ивановски: (К вопросу о гендерном измерении этнических стереотипов) // Границы: Альманах Центра этнических и национальных исследований ИвГУ. Иваново, 2007. Вып. 1. Этническая ситуация в Ивановской области.*

Глава 3

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ

В ДИСКУРСЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ

Эта глава посвящена изучению роли гендерных стереотипов как ресурса политической борьбы. Задача, которая стоит перед исследованием, — проанализировать, как гендерные стереотипы включаются в характеристику политиков и политических партий в публичном дискурсе.

3.1. Мужской стереотип в дискурсе политической борьбы

Итак, мы установили, что образ «настоящего мужчины» выступает в роли фактора, оказывающего влияние на политические предпочтения. Очевидно, это является результатом определенных политических технологий и, в свою очередь, тем обстоятельством, которое заставляет политиков вносить коррективы в свой имидж. Теперь нам предстоит исследовать вовлеченность мужского стереотипа в политическую риторику. Для анализа гендерных стереотипов как фактора политической борьбы мы решили использовать положение из книги Дж. Моссе «Образ мужчины» о необходимости различения позитивного и негативного мужского стереотипа, о чем уже шла речь в предыдущей главе¹. Выполняя роль «символического пограничника», позволяющего отделить «нормальных» Своих от «девиантных» Чужих, стереотип мужчины в политическом противостоянии используется в дискурсивных стратегиях легитимации сторонников и делегитимации противников.

¹ Mosse G. The Image of Man: The Creation of Modern Masculinity. Oxford, 1996. P. 6, 12.

3.1.1. Позитивный мужской стереотип: маскулинизация Своих

«Настоящий мужчина», «настоящий мужик» — этот маркер, охотно используемый в публичном дискурсе как «рядовыми избирателями»², так и профессионалами политических баталий, призван поддержать притязания на власть того или иного политика. Скажем, П. Бородин накануне парламентской кампании 2003 г. назвал «настоящим мужчиной» Б. Грызлова³. Бывший саратовский губернатор Д. Аяцков, агитируя на президентских выборах 1996 г. за Б. Ельцина, использовал тот же аргумент: «Я всегда уважал этого мужика, потому что он смог одолеть казавшуюся всесильной политическую машину, которая сломала столько людских судеб»⁴. Не удивительно, что на страницах газет периодически возникают даже дискуссии о том, является ли тот или иной политический лидер «настоящим мужчиной». Маркировкой мужественности выступают и публикации данных опросов о «мужчинах года»; так, в течение нескольких лет подряд этим титулом удостоивали В. Путина⁵.

Помимо подобной, прямой маркировки, важный способ вовлечения гендерных стереотипов в политический дискурс — косвенная маскулинизация, заключающаяся в приписывании политику черт характера, фактов биографии, внешности и социальных ролей, соответствующих стандарту маскулинности. Для исследования данного процесса мы избрали метод контент-анализа, привлекая в качестве ма-

² Приведем лишь один типичный пример: «Да на него просто смотреть приятно, — говорила одна нижегородская избирательница о Б. Ельцине — высок, широк в плечах, голос громкий, а лицо какое мужественное, не чета некоторым мужчинам» (см.: Лимонов Э. Лимонов против Жириновского. М., 1994. С. 180).

³ Канал ТВЦ, 27 нояб. 2003 г.

⁴ Аргументы и факты. 1997. 30 дек. Аналогичные примеры см.: Рябова Т. Б. Маскулинность в политическом дискурсе российского общества: история и современность // Женщина в российском обществе. 2000. № 4.

⁵ Московские новости. 2003. 24 дек.

териалов предвыборную российскую прессу президентской кампании 2004 г.; именно этот метод, на наш взгляд, позволяет дать валидные заключения, во-первых, о том, насколько значимыми в политическом дискурсе являются гендерные характеристики, и, во-вторых, с какой целью и каким образом они используются.

Материалами для исследования послужили в основном общероссийские газетные издания. Поскольку мы исходили из того, что маскулинные и фемининные маркировки кандидатов в президенты будут различаться в поддерживающих их изданиях и в изданиях, настроенных по отношению к ним критически, было важно отобрать газеты, оказывающие поддержку разным политикам (было зарегистрировано, напомним, семь кандидатов — В. Путин, С. Миронов, И. Рыбкин, И. Хакамада, С. Глазьев, Н. Харитонов и О. Малышкин). Другим критерием отбора стал тираж издания и распространение его по всей стране: представленность издания как на федеральном, так и на региональном уровне предполагает реальное влияние на формирование взглядов избирателей по самым различным проблемам. Кроме того, нам хотелось отразить позицию региональной прессы. В результате мы остановились на 8 изданиях, среди которых были центральные — «Аргументы и факты», «Завтра», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Советская Россия», а также ивановская областная газета «Рабочий край». Хронологические рамки исследования (1 февраля — 14 марта 2004 г.) ограничивались периодом активной предвыборной кампании, начиная с регистрации кандидатов и до дня перед выборами. Исследование было сплошным: проанализированы все упоминания о кандидатах в президенты в этих изданиях за указанный период (всего 1848 единиц в 1435 статьях, заголовках, фотографиях). Мы не брали материалы, опубликованные на правах рекламы. Смысловыми единицами анализа стали гендерные стереотипы, а единицами счета — упоминания кандидатов в президенты в контексте смысловых единиц. Мы исследовали, каким образом во-

влекаются гендерные стереотипы в репрезентации Своих и Чужих кандидатов, каково содержание гендерных характеристик в имидже политиков, а также какова зависимость использования гендерных маркировок от политических предпочтений газеты.

Персональные характеристики

Особенностью кампании 2004 г. было подавляющее преимущество переизбиравшегося на второй президентский срок В. Путина, что во многом объясняет значительный перевес в предвыборной прессе информации о нем по сравнению со всеми прочими кандидатами. С именем В. Путина было связано 42,5 % всех упоминаний политиков в анализируемых изданиях, И. Рыбкина — 17,5 %, С. Глазьева — 11,5 %, И. Хамакады — 10,5 %, Н. Харитонов — 7,5 %, С. Миронова — 6,1 %, О. Малышкина — 4,4 %. Однако в разных изданиях внимание к различным кандидатам распределялось неравномерно. Так, если в газете «Завтра» упоминания о В. Путине (как позитивные, так и негативные) составляли 34,3 %, а Н. Харитонов занимал второе место (17,1 %), то в «Комсомольской правде» уровень внимания к этим двум политикам был принципиально иным (соответственно 48,9 и 1,7 %).

Идеологический водораздел между российскими газетами исследуемого периода в наибольшей степени проявлялся в их оценках деятельности В. Путина. Поэтому тональность материалов о президенте стала для нас основанием деления изданий на три группы: «пропрезидентские», «антипрезидентские», «нейтральные». К первой мы отнесли «Комсомольскую правду», «Московский комсомолец», «Рабочий край» и «Аргументы и факты» (доля позитивных маркировок В. Путина в них составила соответственно 87,2, 81,8, 94,7 и 70 % от всех упоминаний президента). Совершенно иная картина предстает со страниц «Советской России», печатного органа КПРФ, и газеты «Завтра», «газеты духовной оппозиции», в которых преобладали негативные характеристики президента (их доля составляет 66,7 и 42,9 % соответственно). Наконец, еще одну группу образо-

вали «Независимая газета» и «Коммерсантъ», в которых количество характеристик, оцененных нами как позитивные, негативные и нейтральные, серьезно не различалось (38,2, 32,6 и 30,2 % в первой и 41,7, 45,1, 43,8 % во второй).

Доля маскулинных маркеров кандидатов, касающихся их персональных характеристик и поведенческих моделей, во всех исследуемых изданиях составила около половины от общего числа упоминаний претендентов (52,8 %). Что касается конкретных характеристик, традиционно считающихся составной частью мужского стереотипа, то по частоте их вовлечения в маркировку политиков лидирует «активность», «наступательные действия» (33,8 %); следом идут «решительность» (11,8 %), «лидерство» (12,5 %), «жесткость», «твердость» (6,1 %), «стремление к победе» (5,9 %) ⁶.

Исследование предвыборной прессы позволило еще раз зафиксировать отмеченную ранее закономерность: использование маскулинных маркировок при репрезентациях политиков в значительной степени определяется тем, кто является объектом обсуждения — Свой или Чужой.

Контент-анализ показывает, что журналисты, характеризуя Своих кандидатов, акцентировали их активность, силу, решительность, уверенность в собственных силах. Как уже было отмечено, именно эти качества являются важнейшими параметрами и маскулинности, и власти. Характеристики активности и силы становятся особенно значимыми в политическом имидже в условиях политической нестабильности: «Образ, обладающий характеристиками силы и активности, имеет больше шансов не только понравиться, но и запомниться, закрепиться в памяти. Отсутствие активности и решительных действий в конкретной ситуации — главная претензия, предъявляемая граж-

⁶ В числе упоминаемых в анализируемых изданиях качеств, интерпретированных нами как «мужские», — амбициозность, смелость, сила, активность, инициативность, твердость, решительность, справедливость, агрессивность, воля, индивидуализм, стремление достичь цели, самоотверженность в борьбе за результат.

данами к высокопоставленным лицам»⁷. Е. Б. Шестопал полагает, что сила и активность воспроизводятся не только на рациональном, но и на иррациональном, подсознательном уровне (например, через ассоциативные образы)⁸. По оценке Г. Г. Почепцова, одна из приоритетных задач кремлевских имиджмейкеров состоит в создании образа сильного человека, для которого свойственны способность устоять против ударов, настойчивость, уверенность в собственных силах, спокойствие⁹. Еще один атрибут одновременно маскулинности и власти — способность к лидерству и стремление к лидерству, самоотверженная борьба за достижение цели, за победу.

Чем более сильным и решительным кажется политик, тем больше ему верят избиратели. И, в свою очередь, лидер мужественный, наделенный крепким здоровьем и физической силой, чаще оценивается как имеющий власть, влияние и политический вес. При этом сила — это не только физические данные субъекта, но и его способность выполнять политические функции. Т. Н. Пищева считает, что среди «силовых» качеств политиков со знаком плюс выделяются отважность, мужество, напористость, энергичность, целеустремленность, смелость¹⁰. Каждое из этих качеств, как уже было показано, является составной частью мужского стереотипа.

То, какие именно стереотипно мужские качества приписываются политикам активнее всего, проиллюстрируем на материалах, посвященных президенту. Предвыборные «пропрезидентские» и «нейтральные» издания рисовали следующий портрет: он активный, волевой и решительный; он олицетворяет надежность и стабильность; он вместе со своей командой уверенно и жестко

⁷ *Пищева Т. Н.* Затрудненное общение: Барьеры в восприятии образов политиков // Полис. 2002. № 5. С. 166.

⁸ *Образы власти в постсоветской России* / Под ред. Е. Б. Шестопал. М., 2004. С. 316—317.

⁹ *Почепцов Г. Г.* Профессия: имиджмейкер. Киев, 2001. С. 18.

¹⁰ *Пищева Т. Н.* Указ. соч. С. 165.

отстаивает свои позиции¹¹. Преобладающими становятся те характеристики, которые являются атрибутами власти и маскулинности одновременно: активность, наступательные действия (49,4 % от всех «мужских» качеств), решительность (16,9 %), лидерские качества и стремление к победе (по 15,6 %), уверенность (9,5 %), а также сила, независимость, жесткость, смелость. Практически в том же порядке, хоть и со значительно более низкими количественными показателями, следуют в данных изданиях маскулинные характеристики других политиков. При этом, отметим, в указанной группе газет некоторые оппоненты В. Путина (в том числе Н. Харитонов, занявший в итоге второе место) ни разу не были представлены как лидеры, решительные, твердые и мужественные.

Используемые журналистами характеристики личности и деятельности президента, которые мы интерпретировали как маркеры маскулинности, разнообразны. В. Путин «демонстрирует смелость»¹², «управляет жестко»¹³, «знает, что делает»¹⁴, «наносит упреждающий удар», «проявляет решительность»¹⁵, «решает проблему», «играет по своим правилам», «играет на победу», является «главным тренером»¹⁶, «дирижером»¹⁷, «автором пьесы, режиссером и

¹¹ По данным социологической службы Ромир, опубликованном в ходе избирательной кампании (3 марта 2004 г.), среди самых привлекательных черт В. Путина респонденты назвали молодость (33 %), активность, физическое здоровье и профессионализм (по 30 %), порядочность (22 %), заботу об интересах народа (20 %), отсутствие вредных привычек (15 %), «обаяние лидера страны» (14 %); среди негативных — нерешительность (16 %); остальные составили менее 10 % каждая (*Костилов В. Фото на фоне победы // Аргументы и факты. 2004. 17 марта*).

¹² Комсомольская правда. 2004. 18 февр.

¹³ Независимая газета. 2004. 26 февр.

¹⁴ Московский комсомолец. 2004. 25 февр.

¹⁵ Комсомольская правда. 2004. 26 февр.

¹⁶ Коммерсантъ. 2004. 3 марта.

¹⁷ Независимая газета. 2004. 10 февр.

суфлером»¹⁸ — в отличие от других кандидатов, которые «сражаются не на победу»¹⁹, «зависимы от спонсоров»²⁰ и даже называются «подтанцовкой»²¹.

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

- «Путин показал, кто в доме хозяин. Он принимает решения сам, независимо от лоббистских групп...»²²;
- Путин «решительной рукой поднял Россию с колен»²³;
- «Он не всегда смотрит в глаза собеседнику, но слог уверенный. То очаровывающий, то жесткий, но все время начеку, готовый реагировать. Наделенный пугающей верой в себя, абсолютной, исключительной»²⁴;
- Этот человек относится к тем людям, «у которых обнаруживалась колоссальная внутренняя энергия, необычайная концентрация воли, решительности, неустойчивости...»²⁵.

В этом же контексте рассматриваются шаги В. Путина по смене правительства; назначение нового премьер-министра освещают как сильный и смелый поступок президента²⁶. Материал «Комсомольской правды», озаглавленный «В решающий момент рука президента не дрогнула», сопровождается фотографией В. Путина, который

¹⁸ Советская Россия. 2004. 6, 11 марта.

¹⁹ Московский комсомолец. 2004. 25 февр.

²⁰ Советская Россия. 2004. 6 марта.

²¹ Комсомольская правда. 2004. 18 февр.

²² Уварова Л. Путин показал, кто в доме хозяин // Независимая газ. 2004. 1 марта.

²³ Московский комсомолец. 2004. 19 февр.

²⁴ Гамов А., Кафтан Л. Президент РФ В. Путин: «Почему Ельцин выбрал меня, остается большой загадкой»: Интервью с В. Путиным // Комсомольская правда. 2004. 13 марта.

²⁵ Вознесенский А., Лесин Е. Харизма, порожденная действием: Рой Медведев о Владимире Путине // Независимая газ. 2004. 12 февр. (НГ Ex libris).

²⁶ Аргументы и факты. 2004. 3 марта.

подписывает документ об отставке правительства, и комментарием М. Горбачева: «Могу сказать только одно — Путин сделал сильный шаг»²⁷.

Однако частота использования маскулинных маркеров в отношении Своих и Чужих кандидатов в выделенных типах газет далеко не одинакова. В «пропрезидентских» изданиях атрибуты маскулинности приписывались чаще всего В. Путину. В «Независимой газете» и «Коммерсанте» после В. Путина идет И. Хакамада, которая наделялась смелостью, решительностью, волей чаще всего в этих, симпатизирующих ей изданиях²⁸. Кандидат от КПРФ Н. Харитонов характеризовался через призму маскулинных качеств прежде всего в поддерживающих его «Советской России» и «Завтра» (например, 40 % всех упоминаний активности кандидатов в этих изданиях были связаны с именем Н. Харитонова и 37,5 % — В. Путина). Способ репрезентации Своего кандидата, Н. Харитонова, во многом напоминает тот, который мы описали выше, он включает в себя такие характеристики, как «преградил путь ставленнику кремлевской администрации», «не допустил позорища» и т. д.

Дополнительную информацию об использовании позитивного мужского стереотипа в отношении Своих дает анализ распределения конкретных маркеров маскулинности между кандидатами. В целом больше половины этих маркировок приходится на В. Путина (63 % всех упоминаний независимости, 58,3 % — силы, 78,6 % — уверенности, 50 % — решительности, 67,5 % — активности, 79,7 % — лидерских качеств, 92,9 % — победы, 66,7 % — ответственности и воли). Вместе с тем эти показатели существенно различаются в разных группах исследуемых изданий. Так, если на долю В. Путина пришлось 83,3 % всех упоминаний независимости

²⁷ Юрьев С. Отставка правительства практически плановая // Комсомольская правда. 2004. 26 февр.

²⁸ Сравним частоту использования маркеров активности и решительности в репрезентациях политиков этими изданиями: В. Путин — 57,8 и 11,2 % соответственно; И. Хакамада — 45,5 и 33,6 %, С. Глазьев — 37 и 29,6 %, Н. Харитонов — 29,4 и 17,6 %, О. Малышкин — 0 и 0 %.

политиков в «пропрезидентской» группе газет, то в «нейтральных» «Независимой газете» и «Коммерсанте» эта доля составляла уже 57,1 %, а в «Завтра» и в «Советской России» независимость президенту не атрибутировалась вообще (похожую картину можно наблюдать в отношении такого качества, как инициативность: данные по указанным трем группам газет составили соответственно 75, 27,5, 0 %).

При этом в «Завтра» и «Советской России» доля маскулиных маркеров Н. Харитоновой была сравнима с долей В. Путина, а порой и превосходила ее. Именно к кандидату от КПРФ относились все упоминания смелости в этих газетах, а также 40 % упоминаний активности; остальные 60 % приходились на президента. Другие политики в этой группе газет при помощи маскулиных маркеров практически не характеризовались.

Иное распределение данных маркеров между кандидатами в «Независимой газете» и «Коммерсанте». Здесь весьма весома доля И. Хакамады, которая, в целом уступая В. Путину по их количеству, была впереди по ряду показателей. Например, на ее долю пришлось больше всего характеристик, связанных со смелостью — 63,6 % (следующим шел президент — 18,2 %), мужественностью — 42,9 % (против только 28,6 % В. Путина), умом — 40 % (остальные распределились между другими кандидатами). Ряд, казалось бы, чисто мужских маркеров, например «сила», использовался в отношении И. Хакамады не так уж и редко (учтем, что это — женщина, во-первых, и женщина, находящаяся не у власти, во-вторых)²⁹. 40 % маркеров, связанных с силой, относились к В. Путину, а остальные распределились поровну между С. Глазьевым, И. Хакамадой и Н. Харитоновым.

Учитывая отмеченную выше явную непропорциональность внимания к кандидатам по каждой группе изданий, вывод о маскулинизации Своих следует делать не только и

²⁹ Перечислим ряд маскулиных маркеров, используемых журналистами этой группы газет в отношении И. Хакамады: «отважилась критиковать Путина», «сражается в одиночку», «мужественная и сильная женщина», «у храбрости женское лицо», «вызов президенту» (Независимая газета. 2004. 13, 20 февр., 11 марта).

не столько на основании распределения маскулинных маркеров между претендентами, сколько на основании удельного веса этих маркеров в характеристике каждого из кандидатов (табл. 3.1).

Таблица 3.1

**Маскулинные маркеры в характеристиках политиков
в зависимости от типа издания, % от числа опрошенных³⁰**

	НГ, КЪ	КП, МК, АиФ, РК	Завтра, СР
В. Путин	37,1	34,7	10,7
Н. Харитонов	25,0	13,4	31,3
С. Глазьев	25,3	10,4	10,0
И. Рыбкин	14,2	7,3	6,7
И. Хакамада	33,0	18,2	0
С. Миронов	10,0	13,0	0
О. Малышкин	6,6	0	16,6

Заметим, что высокое значение этого показателя обусловливается, в частности, тем, что такие смысловые единицы, как «начал действовать», «принял решение» и им подобные были интерпретированы нами в качестве маскулинного маркера «активность»; между тем специфика «Независимой газеты» и «Коммерсанта» заключается в наличии в этих газетах большого блока новостей, предполагающего освещение конкретных акций президента.

**Стереотип мужчины
и военизация политического дискурса**

Другой составляющей гендерных стереотипов являются устойчивые разделяемые представления о социальных ролях, которые рассматриваются как выражающие природу мужчины и женщины. Очевидно, одной из наиболее гендеризированных сфер выступает сфера армии. Как это отражается в политической риторике?

³⁰ Здесь и далее в текстах таблиц используются следующие сокращения: НГ — «Независимая газета», КЪ — «Коммерсантъ», КП — «Комсомольская правда», МК — «Московский комсомолец», РК — «Рабочий край», СР — «Советская Россия», АиФ — «Аргументы и факты».

Прежде всего обратим внимание на то обстоятельство, что использование военной лексики в политическом дискурсе стало привычным явлением, и мы, как правило, даже не отдаем себе отчета в том, что «атака», «контратака», «защита», «тактика», «стратегия», «тыл» — это все термины, которые призваны характеризовать совершенно другую сферу жизни. Очевидно, то, что борьба политиков друг с другом, их успехи и неудачи представлены в терминах с армейскими коннотациями³¹, отражает в целом военизацию политического дискурса.

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, по определению П. Бурдьё, активно транслируются гендерные нормы и осуществляется маскулинное доминирование³². Во-первых, военная сфера — это то социальное пространство, где необходимо проявлять качества, традиционно атрибутируемые мужчине, включая силу (как физическую, так и силу духа), стремление к соревнованию и победе, агрессивность³³. Быть солдатом — значит быть мужчиной, вести себя мужественно, и наоборот³⁴. Во-вторых, функция защиты женщин и детей, которая составляет краеугольный камень в легитимации традиционного разделения функций полов, имеет решающее значение для оправдания войны, невозможной без готовности убивать других и жертвовать собственной жизнью. В-третьих, милитаризация маскулинности связана с ключевым вопросом исследования — как стереотипные представления о мужчинах и

³¹ Сходные тенденции отмечает А. А. Елистратов в отношении использования военной лексики в языке спорта (*Елистратов А. А. Военная лексика в языке спорта // Русская речь. 2005. № 2. С. 64—69*).

³² Bourdieu P. Masculine Domination. Stanford, 2001. P. 83.

³³ MacKinnon K. Representing Men: Maleness and Masculinity in the Media. London, 2003. P. 11.

³⁴ Hooper C. Manly States: Masculinities, International Relations, and Gender Politics. New York, 2001. P. 82.

женщинах соотносятся с установлением отношений власти и контроля. Атрибуты власти — это сила и право применять насилие. Многие характеристики современной маскулинности были сформулированы в контексте неразрывной связи политики и войны³⁵. Вплоть до XIX в. в большинстве европейских стран гражданство, которым обладали мужчины и которого были лишены женщины, предполагало право и обязанность защищать родину; тем самым маскулинность военизировалась³⁶ и, добавим, политизировалась. Это, заметим, дает основания некоторым исследователям говорить об андроцентризме государства как института в целом³⁷. В-четвертых, армия — влиятельный институт гендерной социализации³⁸. В-пятых, военный опыт в разные эпохи и в разных странах был и остается для мужчины каналом социальной мобильности, дорогой к политической власти, к достижению постов на государственной службе.

При этом эталоны маскулинности часто вовлекаются в строительство армии как социального института, в интерпретацию военных действий: службу в армии и участие в военных действиях представляют как «дело настоящих мужчин». В свою очередь, «война исторически сыграла важнейшую роль в определении того, что значит “быть мужчиной” в эпоху Модерности на символическом, институциональном и телесном уровнях»; образ же настоящего мужчины постоянно соотносится с образом воина³⁹.

³⁵ *Dudink S., Hagemann K. Masculinity in Politics and War in the Age of Democratic Revolution, 1750—1850 // Masculinities in Politics and War: Gendering Modern History / S. Dudink, K. Hagemann, J. Tosh (Eds). Manchester; New York, 2004. P. 6—7.*

³⁶ *Ibid.* P. 11, 18.

³⁷ См., напр.: *Verdery K. From Parent-State to Family Patriarchs: Gender and Nation in Contemporary Eastern Europe // East European Politics and Societies. 1994. Vol. 8. Iss. 2. P. 227.*

³⁸ *Михель Д. Мужчины и мальчики на поле боя // Гендерные исследования. № 6 (2002); Mosse G. Op. cit. P. 110—111, 115.*

³⁹ *Hooper C. Op. cit. P. 81. См. также: Connell R. W. The Men and the Boys. Cambridge, 2000; Goldstein J. S. War and Gender: How Gender Shapes the War System and Vice Versa. Cambridge, 2001;*

Роль военного фактора в формировании и поддержании стереотипа мужчины изучена достаточно подробно. Цели же нашего исследования предполагают анализ того, как он ведет к маскулинизации политической сферы, как власть при этом «обретает пол».

Обращаясь к вопросу о военном измерении современной российской маскулинности, отметим, что образ воина был широко востребован в советское время. За постперестроечные годы в условиях ослабления армии и разрушения советской ценностно-нормативной системы престиж военной службы серьезно упал. Тем не менее даже в 1990-х гг. политики охотно эксплуатировали мифологию мужчины-воина. В нынешних же условиях, когда наблюдается тенденция к восстановлению престижа армии и военнослужащих, военизация российского политического дискурса становится еще более заметной.

Своеобразным фоном подобной военизации выступают прежде всего репрезентации военной службы в качестве дела «настоящих мужчин». Соотнесение военной службы со стандартом маскулинности воздействует на гендерную идентичность мужчины и позволяет не только эффективней рекрутировать военнослужащих (что получило, например, отражение в рекламном слогане Российских Вооруженных сил «Служба по контракту — дело настоящих мужчин»), но и ассоциировать с этим стандартом те или иные конкретные военные и политические акции.

Образ воина непосредственно связан с поэтикой власти, поэтому не вызывает удивления, что и сегодня военная компетентность политика выступает одним из аргументов в обосновании его претензий на власть. Фактором военизации политического дискурса являются репрезентации военного опыта политиков. Даже в том случае, если политик такового опыта не имеет, он, как минимум, старается демонстрировать симпатии к армии, поддержку военнослужащих

и уважительное отношение к военной службе. Когда биография политика включает в себя службу в армии, то это обычно отмечается в рекламных проспектах предвыборных кампаний. Заслуживает внимания то обстоятельство, что иерархизация видов вооруженных сил оказывает влияние на иерархизацию маскулинностей: если политик проходил службу в «героических» видах войск (скажем, в десантных, пограничных или ракетных войсках, на флоте), это акцентируется особо. Кандидаты, служившие офицерами в ВС России, ФСБ, милиции или же по призыву в «горячих точках», как правило, обращают на это внимание избирателей. Так, пилотажное исследование предвыборных материалов кандидатов в местные органы власти в г. Иванове (декабрь 2005 г.)⁴⁰ подтверждает этот тезис: в листовках кандидатов-офицеров (или бывших офицеров) непропорционально большая часть информации о политике относится к боевой биографии в Чечне или Афганистане либо же к опыту службы в качестве офицера⁴¹. Аналогичные тенденции заметны и на федеральном уровне; скажем, Н. Харитонов, во время своей избирательной кампании сообщил, что он «как любой настоящий мужчина, — офицер запаса. Конкретно — полковник»⁴². Одним из самых запоминающихся моментов

⁴⁰ Всего было изучено пятьдесят листовок кандидатов в местные органы власти, представляющих политические партии, а также позиционирующих себя в качестве беспартийных.

⁴¹ Например, в листовке Н., кандидата на выборах в Ивановскую областную думу, человека, занимающего высокий пост в местных органах власти и уже достаточно давно покинувшего армию, почти половина текста, 39 строчек из 81 (49,3 %), была посвящена его военному опыту. В ней сообщалось, как кандидат служил в армии, как он эвакуировал боевую технику из зоны армяно-азербайджанского конфликта, как возглавил огнеметный батальон во время контртеррористической операции в Чечне. Работе в его текущем статусе — мэра райцентра — было посвящено лишь 6 строчек (7,4 %). Такого рода тексты являются достаточно типичными для бывших офицеров, баллотирующихся на государственные посты.

⁴² Аргументы и факты. 2004. 11 февр.

кампании 2007 г. стало появление руководителя Совета Федерации в предвыборном ролике в облике «десантника Сереги Миронова» (ил. 1)⁴³.



1. Председатель Совета Федерации С. Миронов принимает участие в празднике ВДВ. <http://www.mironov.ru>

⁴³ Сергеев С. Смена декораций, но персонажи знакомые: О чем писали «Известия» на этой неделе в 2001 году. <http://www.izvestia.ru/retro/article3110907/> (последнее посещение в 2008 г.); Сергей Миронов: «Мы находились, находимся и будем находиться в оппозиции к “Единой России”». <http://www.mironov.ru/firstface/interview/356.html> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

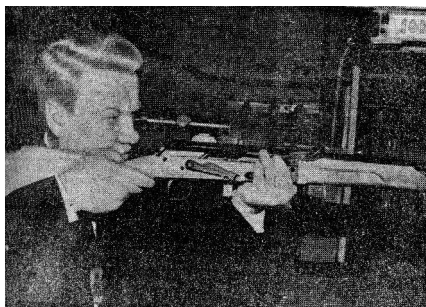
О значимости исследуемого фактора в маскулинизации власти свидетельствуют и результаты контент-анализа предвыборной прессы кампании 2004 г. Упоминания о различных аспектах военной компетентности кандидатов занимают около трети (34,6 %) от всех упоминаний их компетентности в различных сферах деятельности. Причем подавляющее большинство из них относятся только к одному кандидату — В. Путину. Во многом это объясняется приходившимися на период предвыборной кампании военными учениями, на которых присутствовал президент, а также празднованием Дня защитника Отечества. Однако мы полагаем, что значимость освещения участия президента в учениях выходит далеко за пределы подчеркивания важности армии, и это, очевидно, планировалось политтехнологами. Оно было призвано не только показать заботу президента об армии, о военных как социальной группе, но и продемонстрировать силу и мужество самого кандидата в президенты. Если на долю В. Путина приходится 89,1 % упоминаний, связанных с темой вооруженных сил, то на долю Н. Харитонов и С. Миронова — по 3,1 %, а на всех оставшихся претендентов⁴⁴ — еще 4,7 %.

Среди наиболее часто встречающихся в исследуемых изданиях маркеров компетентности в данной сфере — военная квалификация, в том числе умение работы с армейской техникой (13,3 % от общего числа упоминаний, связанных с военной компетентностью), специфика отношения к армии и военнослужащим (12,4 %), характеристики военных постов и должностей кандидатов в настоящем или прошлом (11,4 %), участие в учениях (27,6 %), появление кандидатов в военной форме (18 %). Если упоминание должности Верховного Главнокомандующего и участия в учениях возможно лишь по отношению к президенту, то, скажем, симпатии к военным, прошлого военного опыта — при освещении кампаний других кандидатов. Так, по сообщению «Аргументов и фактов», С. Миронов, обсуждая проблемы военной отрасли, лично вы-

⁴⁴ Заметим, в это число не входит И. Хакамада, которая в рассматриваемом контексте не упоминалась ни разу.

пустил несколько очередей из нового оружия⁴⁵. Заметим, что губернаторы, лидеры партий, государственные чиновники, демонстрируя готовность снова стать воином в случае необходимости защищать свою страну, охотно принимают участие в стрельбах, информируя СМИ, что они почувствовали себя при этом «настоящими мужчинами»⁴⁶.

Особую роль такого рода информация играет в репрезентациях политиков, которые занимают высший государственный пост или претендуют на него, и поскольку президент выполняет функцию Верховного Главнокомандующего, и поскольку позиция президента является проекцией доминирования и власти⁴⁷. Верховный Главнокомандующий имеет и реальную возможность продемонстрировать свою мужественность, и обязанность это сделать: пост президента дает ему понятное преимущество над другими кандидатами.



2. Б. Ельцин. Российская газета 1993. 3 сент.

А. Лебедь, кандидат в президенты в период кампании 1996 г., активно эксплуатировал образ мужественного генерала, репрезентируя себя как человека во всех отношениях военного, решительность которого позволила одержать ряд побед в «горячих точках». Б. Ельцин с удовольствием появлялся на учениях, облекаясь в камуфляж и вооружаясь автоматом.

⁴⁵ Аргументы и факты. 2004. 12 марта.

⁴⁶ См., напр.: Новости Мордовии. <http://content.mail.ru/arch/1186/1622224.html> (последнее посещение в феврале 2008 г.); Сайт города Черемхово. <http://www.cheremhovo.nm.ru> (последнее посещение в феврале 2008 г.); см. также ил. 2, 3.

⁴⁷ *Wahl-Jorgensen K. Constructing Masculinities in US Presidential Campaigns: The Case of 1992 // Gender, Politics, and Communication / A. Sreberny, L. van Zoonen (Eds). Hampton (N. J.), 2000. P. 64.*



3. Исполняющий обязанности Президента РФ В. Путин в кабине истребителя-перехватчика СУ-27. 1 марта 2000 г.
<http://www.kursor.ru>

Репрезентации В. Путина дают еще больше возможностей проиллюстрировать данный тезис. Бывший офицер КГБ, подтянутый, с военной выправкой, В. Путин за время своего президентства сумел показать себя не только главнокомандующим, но и воином, лидером, который заботу об армии считает приоритетной. Избиратели неоднократно видели его в образе военного, в котором — будь то на подводной лодке или на борту боевого сверхзвукового истребителя — он выглядел очень органично. На образ военного работал и опыт службы В. Путина в КГБ; и если в западных СМИ этот факт биографии президента нередко включается в дискурс об авторитарных тенденциях в современной Рос-

сии, а то и в повествования об убийствах А. Политковской или А. Литвиненко, то для большинства россиян спецслужбы — это не столько Гулаг, сколько Штирлиц, «Ошибка резидента», «Мертвый сезон» и т. д.

Особенно активно военный фактор вовлекается в конструирование имиджа президента во время кампании 2004 г. Следует заметить, что В. Путин эффективно использовал преимущества, которые предоставлял пост Верховного Главнокомандующего, для демонстрации силы, решительности, надежности, смелости. Так, большинство центральных газет освещало его участие в масштабных военных учениях на Северном флоте, пришедшихся по времени на самую горячую часть кампании. В. Путин не ограничился осуществлением общего руководства: то в военной форме с эмблемой космических войск принимает участие в испытании ракеты «Молния-М»⁴⁸, то в черном морском бушлате погружается с подводниками на боевой подлодке «Архангельск». Комментарии и фотоснимки, сопровождающие материалы с учений, не только удостоверяли мужество президента⁴⁹, но и обосновывали необходимость для главы государства выполнять подобную роль. «Командир должен быть спереди на лихом коне»⁵⁰ — такова была общая тональность ответов на вопрос о роли Верховного Главнокомандующего на учениях, который «Комсомолка» задавала чиновникам, лидерам партий, военным, журналистам. Приведем два наиболее интересных суждения, легитимирующих военный статус президента: «Погружение на подлодке позволит ему разговаривать с подводниками на их языке»⁵¹, «Настоящий мужчина должен быть с теми, кто защищает Родину». В последнем высказывании, принадлежащем вице-спикеру Госдумы А. Чилингарову, как мы видим, подлинная маскулинность прямо соотносится с исполнением мужчиной долга защитника Родины.

⁴⁸ Солдатенко Б., Колесниченко А. «Красная кнопка» президента // Аргументы и факты. 2004. 5 марта.

⁴⁹ Комсомольская правда. 2004. 19 февр., 10 марта.

⁵⁰ Там же. 19 февр.

⁵¹ Там же. 17 февр.

**Политик глазами «прекрасного пола»:
эротизация образа как фактор политической борьбы**

«Хочу такого, как Путин, полного сил, / Такого, как Путин, чтобы не пил, / Такого, как Путин, чтобы уважал, / Такого, как Путин, чтоб не убежал», — такую песенку распевала девичья группа-однодневка «Поющие вместе» в 2002 г. Успех политика-мужчины у представительниц «прекрасного пола» также становится фактором маскулинизации политического лидера. Эта характеристика политика, которая на первый взгляд иррелевантна проблеме осуществления властных полномочий, тем не менее, активно эксплуатируется в политической пропаганде.

Голоса женщин в собственную поддержку охотно используют все политики, при этом акцент делается не только на профессиональных качествах героя предвыборной рекламы, но и на том, какое впечатление он производит «как мужчина». Например, при конструировании имиджа кандидата в президенты А. Лебеда в предвыборной кампании 1996 г. нередко использовались суждения, подобные следующему: «Я, как женщина, чувствую, что он полон мужества и мужественности, и это вдвойне располагает» (кинорежиссер А. Сурикова)⁵².

Этот же прием используется в репрезентациях В. Путина; лейтмотив высказываний женщин в его поддержку накануне выборов 2004 г. таков: он надежный, ответственный, всегда выполняет то, что обещал. Иногда перед аналогичными аргументами отступают на второй план оценки профессиональных качеств претендента на пост

⁵² Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. С. 213. Феномен генерала А. Лебеда нередко анализировался сквозь эту призму. Обозреватели «Аргументов и фактов» в статье с выразительным названием «Политика с элементами группового секса» (1999. 8 дек.) справедливо, на наш взгляд, отмечают, что «предвыборная гонка превращается в демонстрацию мужских достоинств — как моральных, так и физических». По их мнению, имидж А. Лебеда соответствует представлениям женщин об идеальном мужчине-защитнике — физически сильным, уверенном в себе, с волевым подбородком и с подчеркнуто низким тембром голоса.

главы государства. В подобном «режиме истины» решение, принимаемое женской частью электората, нередко объясняется тем, что «прекрасный пол» оценивает не политическую программу претендента, а степень его мужественности, что, заметим, является достаточно определенной характеристикой политической некомпетентности женского пола как такового. Приведем слова одной из избирательниц о В. Путине: «Для женщины важно, чтобы рядом был надежный, уверенный в себе мужчина, на которого в трудную минуту можно было бы опереться. Пусть камни падают с неба — не страшно. К сожалению, такие в наше время встречаются все реже и реже. Мне кажется, что Путин из их числа — внешне неброских, но сильных духом»⁵³.

Заметим, что факт публикации «типичных мнений» выполняет функцию придания образу общественной ценности, также представляя собой попытку заставить гендерные стереотипы работать на политический имидж кандидата.

Сексуальность в репрезентациях политических лидеров, прежде всего политиков-мужчин, занимает особое место. Эксперты считают, что сексуальное позиционирование является очень важным фактором влияния на подсознательное восприятие избирателей⁵⁴. М. Фуко полагал, что накануне эпохи Модерности сексуальность стала одним из тех элементов властных отношений, с помощью которых возможны разнообразные формы контроля и подчинения населения⁵⁵. Она становится не только фактором самооценки, но и индикатором состоятельности мужчины в самых разнообразных сферах его деятельности. Поэтому акцентиро-

⁵³ Аргументы и факты. 1999. 17 марта. (Нижегородское приложение).

⁵⁴ Мирошниченко А. Выборы: от замысла до победы. М., 2003. С. 50—58; То же. <http://izbass.narod.ru/teh-women3.htm> (последнее посещение в феврале 2008 г.); Колесниченко А., Красилова Н. Основной инстинкт власти: Сексуальная привлекательность кандидатов влияет на исход выборов // Новые известия. 2005. 9 дек.

⁵⁵ См.: Фуко М. Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности: Работы разных лет. М., 1996.

вание сексуальности лидера Своих начинает выступать дополнительным аргументом в борьбе за власть⁵⁶.

Политический дискурс современной России превращает упоминание о «мужской состоятельности» политика в свидетельство того, что и с состоятельностью во всех прочих отношениях (прежде всего с «состоятельностью» политической) у него все в порядке, и соответственно наоборот. Приемы эротизации кандидата использовались достаточно широко в период президентской кампании 2000 г. Очевидно, именно такое значение имели веб-сайты, на которых воспроизводились «эротические грезы» российских женщин о В. Путине. При этом неважно, в какой степени они отражали мнение реальных женщин. Ту же функцию выполняло обсуждение в чатах новостных порталов конца 2001 г. информации о том, что согласно данным социологического опроса 3500 из 5000 российских женщин назвали секс-символом России В. Путина⁵⁷. Подчеркнем, что никто из обсуждающих не сомневался в релевантности мнений о сексуальной привлекательности политика в контексте рассмотрения серьезных политических вопросов. Заслуживает внимания и то обстоятельство, что подобные характеристики включаются также в интерпретацию результатов политической борьбы, используя в механизмах социальной каузальной атрибуции. Так, при обсуждении итогов первого тура президентских выборов 1996 г. политический обозреватель ОРТ прокомментировал высокий процент голосов, отданных за А. Лебедева в Иванове, традиционно считающемся женским городом, следующим образом: ивановские ткачихи предпочли мужественного генерала⁵⁸. Этот же ва-

⁵⁶ Так, «сексуальность приписывалась многим политическим лидерам, в том числе советского периода (например, Л. Берии, Ф. Кастро)» (Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. С. 168). См. также: Мирошниченко А. Указ. соч.

⁵⁷ Российские женщины считают главу государства идеальным любовником // Деловая пресса. http://www.businesspress.ru/news-paper/article_mld_33_alld_46130.html (последнее посещение в феврале 2008 г.).

⁵⁸ Канал ОРТ, 17 июля 1996 г.

риант объяснения популярности в Иванове «Единства» на выборах в Государственную думу 1999 г. предложили радиослушателям ивановские журналисты: «Иваново проголосовало за молодого красивого Шойгу»⁵⁹. Аналогичным образом эксперты интерпретировали снижение популярности политиков из демократического лагеря на выборах в Мосгордуму: они констатировали, что лидеры либералов постарели и утратили то мужское обаяние, которое прежде привлекало к ним внимание избирательниц⁶⁰.

Фактор мужской привлекательности политика включается в политический дискурс и не столь явно. Одним из способов эротизации образа является характеристика политиков и политических процессов с помощью гендерных, семейных и сексуальных метафор, которые, постоянно присутствуя в лексиконе политиков, аналитиков, журналистов, выступают как неотъемлемая часть политической риторики.

При использовании гендерных, семейных (а нередко и сексуальных) метафор политические субъекты наделяются мужскими и женскими ролями. Так, метафоры брака и развода, событий, связанных с ритуалом бракосочетания (сватовство, помолвка и т. д.) призваны образно и доступно объяснить поступки субъектов политики и особенности их взаимоотношений. Например, по заголовкам можно узнать о сватовстве субъектов политического процесса («правых» — к «Яблоку»⁶¹, олигархов — к КПРФ⁶², всех политиков вместе — к электорату и даже о «сватовстве импотентов» — так характеризуется обращение к избирателям потерявшей свою силу власти⁶³), о наличии или отсутствии

⁵⁹ Радио-Иваново, 20 дек. 1996 г.

⁶⁰ Колесниченко А., Красилов Н. Указ. соч.

⁶¹ Политическая жизнь России в сообщениях прессы за 31 января 2003 года. http://www.yabloko.ru/Publ/2003/Obzor/030131_obzor_press.html (последнее посещение в феврале 2008 г.).

⁶² Прянишников П. Красный джепот // Совершенно секретно. 2003. 28 апр.

⁶³ «Нынешние выборы для России — как очередной поход в загс. Но кроме штампа в паспорте, ей ничего не светит» (Вощанов П. Сватовство импотентов // Новая газ. 2004. 1 марта).

политического приданого, о помолвках, предложениях и т. д. Принципиально, что использование этих метафор включает в себя имплицитную гендерную маркировку участников политического процесса. Фраза «На удачный брак с состоятельным, но опальным олигархом надеется КПРФ»⁶⁴, очевидно, приписывает данной партии роль невесты, а не жениха. «Не “Яблоко” сделало предложение СПС, и не СПС “Яблоку”. Им обоим сделал предложение В. Путин...»⁶⁵ — такое суждение в значительной степени лишает субъектности обе партии. Поскольку традиционно считается, что брак положено инициировать мужчине, то коннотации с браком в подобном контексте усиливают маскулинизацию одних и демаскулинизацию других (например, политические силы, которые ищут себе спонсоров, могут называться «девицами на выданье», приглядывающими себе женихов»⁶⁶).

Маскулинизация политического лидера нередко осуществляется с помощью метафоры иерогамии, священного брака Правителя и его народа/страны. В этой метафоре первый выступает в роли активного начала, между тем как второй — в роли невесты или жены. Ее использование имеет долгую историю. Метафора играла важную роль в различные периоды отечественной истории, активно включаясь в дискурсивные практики легитимации/делегитимации политической системы России. Скажем, идея священного брака Царя-Батюшки и России-Матушки, Правителя и Страны, получает отражение уже в текстах и ритуалах средневековой Руси⁶⁷.

Популярности этой метафоры в российском обществе способствует и то, что наша страна нередко репрезентирует

⁶⁴ Предвыборные либретто // Деловая пресса. http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_40_ald_258162.html (последнее посещение в феврале 2008 г.).

⁶⁵ Радзиховский Л. СПС + `Яблоко` = брак по-итальянски // Взгляд. <http://www.vzglyad.ru/columns/2005/9/26/7974.html> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

⁶⁶ Предвыборное либретто.

⁶⁷ Рябов О. В. Русская философия женственности (XI—XX века). Иваново, 1999. С. 42, 273; Он же. «Россия-Матушка».

ется в женском образе⁶⁸. Идея женственности России, русской души, имеющая богатую традицию в отечественной и западной мысли, является значимым фактором гендерной метафоризации и в современном политическом дискурсе. Как показывает социологическое исследование, проведенное в Иванове в 2006 г., положение о материнской сущности России разделяют большинство участников опроса⁶⁹.

Метафора иерогамии использовалась во всех президентских кампаниях в России. Скажем, в 1996 г., агитируя за избрание на повторный срок действующего тогда президента, Н. Михалков прибегает к такому аргументу: «Ельцин — мужик, а Россия — существительное женского рода»⁷⁰. Похожий аргумент в поддержку А. Лебеда использует актриса Н. Крачковская: «Россия — страна женского рода, и сегодня, словно невеста на выданье. Ей муж нужен. <...> Сейчас России нужен сильный, волевой президент, который был бы прежде всего мужиком и по-мужски отвечал за свою страну»⁷¹.

⁶⁸ История возникновения и развития идеи женственности России, формы ее существования в русской и западной мысли уже изучались в работах отечественных и зарубежных исследователей (см.: *Hubbs J. Mother Russia: The Feminine Myth in Russian Culture*. Bloomington, 1988; *Рябов О. В. «Матушка-Русь»: Опыт гендерного анализа национальной идентичности России в отечественной и западной историософии*. М., 2001; *Он же. «Россия-Матушка»*).

⁶⁹ *Воронцова Е. О., Рябов О. В.* Представления ивановцев о Родине и Отечестве // *Границы: Альм. Центра этнических и национальных исследований ИвГУ*. Иваново, 2007. Вып. 1. Этническая ситуация в Ивановской области. С. 94.

⁷⁰ См.: *Галова Е.* Гендерные политики в национальном дискурсе // *Гендерные исследования*. № 2 (1999). С. 29.

⁷¹ См.: *Почепцов Г. Г.* Профессия: имиджмейкер. С. 213. П. Бородин, один из кандидатов на пост мэра столицы на выборах 1999 г., сравнивал Москву с невестой, а себя с женихом и оптимистически приглашал всех на свадьбу (см.: *Аргументы и факты*. 1999. 15 дек.). Показательно, что еженедельник «Аргументы и факты» с энтузиазмом подхватил эту аллгорию и сопроводил такое предложение следующим комментарием: «Не сделайте рога́тым еще до свадьбы» (там же).

Итоги президентских выборов 2000 г. в популярной телепередаче «Куклы» (автор большинства сюжетов — В. Шендерович) представлены как бракосочетание счастливого жениха В. Путина и невесты по имени Федерация; Г. Зюганов, Г. Явлинский и другие менее удачливые претенденты на президентский пост изображены в виде отвергнутых женихов. Федерация-Россия пассивно-женственна; она обращается к суженому со словами: «Сделай хоть что-нибудь». В. Путин же, накануне свадьбы обещавший сделать Федерацию счастливой, теперь испытывает робость: он не уверен, что сможет оправдать надежды, возлагаемые на него невестой⁷². Эта тема эксплуатируется и в сюжете, посвященном парламентским выборам 2003 г. (5 дек.); актуализируя в памяти гоголевский сюжет, «невеста» присматривается к женихам — лидерам предвыборных блоков: «Вот если бы к солидности Виктора Степановича эрудицию Егора Тимуровича да стать Александра Ивановича...»⁷³.

Наконец, эротизации образа политика способствует использование сексуальных метафор, которое особенно интенсифицировалось в постсоветский период⁷⁴, что в немалой степени объясняется ослаблением табуирования публичного обсуждения проблем сексуальности. А. Чудинов полагает, что их эксплуатация чаще связана с коннотациями агрессивности, опасности, с нарушением нравственных норм и традиций и характерна для периодов обострения

⁷² Канал НТВ, 23 марта 2002 г.

⁷³ В другом сюжете телепрограммы «Куклы» (1 дек. 2002 г.) та же метафора включается в репрезентации отношений В. Путина с Национальной Идеей, изображенной в свадебной фате; Б. Ельцин при этом исполняет роль свахи, а соперники президента — женихов, подсчитывающих возможное приданое, если Национальная Идея выберет его.

⁷⁴ Факт сексуализации всех видов дискурса в постсоветский период отмечен представителями многих областей знания (см., напр.: *Клименкова Т. А.* Женщина как феномен культуры: Взгляд из России. М., 1996. С. 88—116; *Кирилина А. В.* Проблемы гендерного подхода в изучении межкультурной коммуникации // *Гендер как интрига познания* / Под ред. А. В. Кирилиной. М., 2002).

социальных взаимоотношений⁷⁵. На наш взгляд, обращение к сексуальной метафоре в российском политическом дискурсе вполне закономерно и в силу другого фактора: она, во-первых, способствует сексуализации (и тем самым маскулинизации) политического лидера, во-вторых, используется для обозначения отношений власти и подчинения⁷⁶.

Среди часто употребляемых сексуальных метафор — метафоры, связанные с мужской репродуктивной силой. С. Бордо полагает, что потенция символизирует власть, при этом (равно как и импотенция) она отождествляется не с частью тела, а со всей личностью⁷⁷. Неудивительно, что отсутствие потенции интерпретируется как знак несостоятельности мужчины и во всех других отношениях. По понятным причинам, однако, эта характеристика кандидата не может появиться, скажем, на его рекламном плакате; сексуальная метафора с ее образностью и богатым подтекстом и призвана помочь избирателю «догадаться» о том, что и в этой сфере у политика все в порядке. Так, после получившей широкую известность предвыборной фразы А. Лебедева «Говорят, что я делаю это... чтобы поднять рейтинг. У меня все в порядке, ничего поднимать не надо...»⁷⁸ политический рейтинг приобрел в массовом сознании явные коннотации с мужской потенцией (даже если допустить, что сам автор и не вкладывал в это изречение подобного подтекста)⁷⁹.

⁷⁵ Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000). Екатеринбург, 2001.

⁷⁶ Рябова Т. Б. Маскулинность в политическом дискурсе российского общества: история и современность // Женщина в российском обществе. 2000. № 4.

⁷⁷ Bordo S. The Male Body: a New Look at Men in Public and in Private. New York, 1999. P. 43—44, 48, 55.

⁷⁸ Избранные высказывания российских политиков. <http://www.wtr.ru/aphorism/politik.htm> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

⁷⁹ Эта же метафора употребляется в отношении предметов и явлений, которые, казалось бы, совсем не имеют аналогий с человеческим телом. «Вечно в России стоит не то, что нужно», — говорил о простаивающих заводах В. Черномырдин (<http://>

Таким образом, акцентирование сексуальной привлекательности политика-мужчины является фактором маскулинизации политики.

Национализация маскулинности

Наконец, политический дискурс использует еще один мощный ресурс власти - национализм. Как было отмечено в первой главе, гендерным стереотипам свойственна определенная степень вариативности. Маскулинность (равно как и фемининность) в действительности представляет собой поле конкурирующих дискурсов. В гендерном дискурсе идет постоянная борьба за признание того или иного типа мужественности эталонным. Вариативность маскулинности определяется такими факторами, как класс, раса, конфессия, социальный статус. Национальный фактор является одним из наиболее влиятельных; эталонная маскулинность в силу ингруппового фаворитизма интерпретируется как маскулинность Своих, что в условиях доминирования такой формы социальности, как национальное государство, предполагает утверждение национальной мужественности в качестве гегемонной.

Следовательно, маскулинизация ингруппы и феминизация аутгруппы лежит в основании не только политического дискурса, но и национального, и перед исследованием встает задача анализа того, каким образом политический дискурс использует национальное измерение гендерных стереотипов.

Андроцентризм политического дискурса обуславливает то обстоятельство, что нация позиционирует себя как мужественную. В ходе двух пилотажных опросов жителей г. Иванова (2006 г.) были получены любопытные данные, показывающие, что достижение позитивной национальной идентичности в гендерном измерении неизбежно принимает форму маскулинизации Своих. На вопрос «Какие качест-

www.mlove.ru/forum/topic5189.html). «Рубль стоит, как и подобает существительному мужского рода», — так характеризовал ситуацию во вверенном ему хозяйстве В. Геращенко в свою бытность главой Центробанка.

ва присущи русским?» (в другом случае «Какие качества присущи России?») респонденты (русские по национальности) ответили: эмоциональность и милосердие (в то время как Западу — в одном опросе «жителям западных стран», в другом «американцам» — они атрибутировали индивидуализм, рациональность, независимость). Среди тех качеств, которых не хватает русским для достойной жизни, были указаны рациональность, дисциплинированность, порядок, уверенность. Нет сомнений, что «западные» качества маркируются в качестве маскулинных, а «русские» — в качестве фемининных (в том числе и самими респондентами). Однако участники обоих исследований, отвечая на вопрос, какая нация является самой мужественной, уверенно называли русских⁸⁰.

Таким образом, ни признание недостатков национальной маскулинности (эту же тенденцию, как было отмечено в предыдущей главе, выявил и наш опрос), ни идея женственности России, русской души не ставят под сомнение, что и в данном случае самые мужественные — это Свои.

Однако утверждение данного тезиса должно сопровождаться оговорками следующего характера. Положение о симметричности стереотипизации Своих и Чужих, которое постулируется в классических теориях стереотипов (прежде всего в теории социальной идентичности), не учитывает ту иерархичность культур, которая, как было показано в постколониальной и феминистской критике, неотделима от дискурса Модерности, делящего мир на «Запад и Все Остальное» (и, перефразируя заглавие известной статьи С. Холла, добавим — на «Мужчину и Все Остальное»). Мировая гегемония западной цивилизации находит выражение и в гегемонии западного гендерного порядка, объявляемого тем эталоном, к которому остальные культуры должны стремиться⁸¹.

⁸⁰ Рябова Т. Б., Лямина А. А. Антиамериканизм по-ивановски: (К вопросу о гендерном измерении этнических стереотипов) // Границы; Воронцова Е. О., Рябов О. В. Указ. соч. С. 94—95.

⁸¹ О критике гегемонии западного гендерного порядка и либерального феминизма в контексте теории глобализации см.:

Влияние подобной ситуации на гендерный порядок российского общества резко усилилось с начала 1990-х гг., когда западность превращается в важнейший критерий, определяющий каноны во многих сферах жизни; это связано с доминированием либеральной идеологии, сторонники которой позиционировали себя в качестве защитников ценностей западной цивилизации.

На наш взгляд, в постсоветской истории России могут быть выделены три основных типа маскулинности, соответствующих трем основным идеологиям; условно обозначим их как «советская», «либеральная» и «постлиберальная» (или, если угодно, маскулинность «суверенной демократии»)⁸². При этом за определение того, что именно является подлинно национальным, идет дискурсивная борьба.

Апологеты либеральной идеологии эксплуатировали стереотипные представления о такой социальной роли мужчины, как роль кормильца. В связи с этим либеральная маскулинность культивировала независимость, ответственность, инициативу, индивидуальные достижения, профессионализм⁸³.

Коннелл Р. Маскулинности и глобализация // Введение в гендерные исследования: Учеб. пособие / Под ред. И. А. Жеребкиной. Харьков; СПб., 2001. Ч. 2; *Mohanty C. T.* Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses // *Dangerous Liaisons: Gender, Nation, and Postcolonial Perspectives.* Minneapolis, 1997.

⁸² Помимо основных типов маскулинности, существовали и другие, менее влиятельные; в их числе, скажем, националистический, исследованию которого посвящена статья А. Митрофановой (*Mitrofanova A.* Россия и русские: Новая гендерная мифология // *Vater Rhein und Mutter Wolga: Diskurse um Nation und Gender in Deutschland und Russland.* Würzburg, 2005. (Identitäten und Alteritäten; Sbd. 20), а также фундаменталистский, маскулинность метросексуалов и т. д.

⁸³ Кроме политики, данный тип маскулинности проявился и в иных сферах российского общества. Так, Т. Клименкова отмечает сверхжесткую маскулинность российского бизнеса (*Клименкова Т. А.* Указ. соч. С. 66). Он получил отражение в российском кинематогра-

Деконструкция советского строя предполагала и деконструкцию его гендерного порядка. Наряду с советской маскулинностью, объектом критики становится и русская⁸⁴. Причины того, что «обменный курс русского мужчины на мировом рынке не превышает курса рубля по отношению к доллару»,⁸⁵ ищут не только в социалистическом общественном устройстве, но и в русской культуре как таковой⁸⁶.

Независимость, самостоятельность, ответственность, обретенные в результате либеральных реформ частью россиян, выглядели как достижение проекта либеральной маскулинизации России. Однако значительное снижение жизненного уровня подавляющего большинства наших соотечественников в перестроечный и постперестроечный периоды, распад СССР, поражение в Холодной войне — все это имело мало общего с традиционными атрибутами маскулинности. На международной арене, несмотря на культ крутой маскулинности и образы «свирепой русской мафии», перестройка также сопровождалась, скорее, феминизацией России⁸⁷.

Таким образом, демаскулинизация коллективной идентичности, репрезентации национальной маскулинности как второсортной стали причиной того, что в гендерном измерении либеральный проект 1990-х гг. потерпел неудачу,

фе; Новикова И. Репрезентации мужественности и войны в советских и российских кинофильмах // Гендерные исследования. № 6 (2001); мужских глянцевых журналах; Чернова Ж. Романтик нашего времени: С песней по жизни // О муже(Н)ственности / Под ред. С. А. Ушакина. М., 2002; и др.; Гапова Е. О гендере, нации и классе в посткоммунизме // Гендерные исследования. № 13 (2005).

⁸⁴ Рябов О. «Россия-Матушка». С. 233.

⁸⁵ Lissyutkina L. Soviet Women at the Crossroads of Perestroika // Gender Politics and Post-Communism: Reflections from Eastern Europe and the Former Soviet Union / N. Funk, M. Mueller (Eds). New York; London, 1993. P. 284.

⁸⁶ Рябов О. «Россия-Матушка». С. 233—234.

⁸⁷ Там же. С. 228.

не сумев создать в рамках национальной мифологии привлекательные гендерные образцы.

Этим во многом объяснялось и содержание критики, которой гендерный порядок 1990-х гг. подвергался в рамках русофильского дискурса, по преимуществу защищавшего ценности советского строя и организованного вокруг КПРФ. Здесь акцентировалась другая социальная роль, связанная со стереотипными представлениями о мужчине, — роль защитника, на которого возлагается защита Родины, женщин, детей. Образ униженной России-Матери, метафора «изнасилование» по отношению к стране широко используются в коммунистической и националистической пропаганде, которые стремятся показать незаконный, антинациональный, антинародный характер власти⁸⁸.

Типичным примером может служить и поздравление с Международным женским днем, с которым в период президентской кампании 2004 г. обратился к российским женщинам лидер КПРФ:

«...новые буржуины, обогащаясь, обирают и унижают прежде всего беззащитных — женщин и детей. И вы, которым самой природой предназначено дарить жизнь, вынуждены защищать не свои права, а саму эту жизнь, жизнь каждого из нас. В трудные минуты, обращаясь к женщине, мы тихо произносим: “Прости”. И сегодня вместе с искренними словами любви и признательности мы говорим вам: простите, родные, что позволяем унижать вас ежедневно с телеэкранов, с газетных полос и в повседневном быту»⁸⁹.

Иногда подобное переплетение гендерного и национального дискурсов приобретает форму обвинений, предъявляемых правящему режиму, в том, что тот девальвирует

⁸⁸ Так, эта метафора регулярно используется Г. Зюгановым в отношении победы «партии власти» на выборах (например, в телепрограмме «РТР-Вести», 3 дек. 2007 г.).

⁸⁹ Советская Россия. 2004. 6 марта.

русскую мужественность, унижая русских мужчин перед лицом западных⁹⁰.

Однако в условиях своеобразного антикоммунистического консенсуса постсоветской элиты советская модель маскулинности не смогла стать наиболее привлекательной. Таковой стала маскулинность России 2000-х гг., которую назовем «постлиберальной».

К числу ее основных черт относится феномен, который может быть обозначен как ремаскулинизация⁹¹. Данный феномен подробно исследован на материале коллективной идентичности американцев периода президентства Р. Рейгана. Потребность в изменении стандарта гегемонной маскулинности возникла в США как реакция на поражение во Вьетнамской войне, а также на изменения в гендерном порядке американского общества (включая ослабление традиционной роли мужчины в семье и обществе и рост влияния феминизма)⁹². В наиболее очевидной форме мечта о сильном и независимом мужчине, который преодолевает все опасности, побеждая и собственных противников, и врагов своей страны, нашла выражение в кинематографе (в первую очередь в популярном фильме о Рэмбо). Заметим, что подобные образы и идеи оказались востребованными и в политическом дискурсе США, например в президентских кампаниях последних лет⁹³.

⁹⁰ Боренстейн Э. Ах, «Андрюша», нам ли быть в печали...: Национализм современных мужских журналов // О муже(N)ственности.

⁹¹ См.: Рябова Т. Б., Рябов О. В. «Россия поднимается с колен»: Ремаскулинизация и новая российская идентичность // Личность. Культура. Общество. 2008. Т. 10. Вып. 3 (42).

⁹² Jeffords S. Hard Bodies: Hollywood Masculinity in the Reagan Era. New Brunswick, 1994; MacKinnon K. Op. cit.; Рябова Т. Б. Политический дискурс как ресурс «создания гендера» в современной России // Личность. Культура. Общество. 2006. Т. 8. Вып. 4 (32); Wahl-Jorgensen K. Constructing Masculinities in US Presidential Campaigns: The Case of 1992 // Gender, Politics, and Communication.

⁹³ См.: Wahl-Jorgensen K. Op. cit.; MacKinnon K. Op. cit.

«Россия поднимается с колен» — этот весьма популярный в последние годы образ может служить символом ремаскулинизации⁹⁴. Восстановление собственной маскулинности, явившееся реакцией на отмеченную демаскулинизацию, связанную с «периодом национального унижения» девяностых, происходит как за счет феминизации Чужих, так и посредством создания привлекательных канонов национальной мужественности, которые призваны репрезентировать норму гендерных отношений.

Наиболее заметной формой такой модели национальной маскулинности стал образ Мужика. Исследованию этой модели посвящены работы О. В. Шабуровой. Автор полагает, что власть пытается инкорпорировать мифологему мужика, созданную массовой культурой и «выстроенную как норма современной русской мужественности», в отстраиваемую ей идеологию; не случайно движение «Единство» позиционировало себя одновременно в образах Мужика и Медведя⁹⁵. Мы бы хотели согласиться с исследовательницей и добавить, что, на наш взгляд, власть не просто эксплуатирует этот тип маскулинности — она принимает активное участие в его производстве и продвижении, используя массовую культуру для создания таких моделей гендерных отношений, которые отличаются и от советских, и от «западных»⁹⁶. Образ Мужика апеллирует к «подлинной русскости»; при этом он включает в себя и силу мужчины-

⁹⁴ Еще в нелегкие для страны сентябрьские дни 1999 г. премьер-министр В. Путин заявил: «Россия может подняться с колен и как следует огреть» (Известия. 1999. 19 сент.).

⁹⁵ Шабурова О. Мужик не суетится, или Пиво с характером // О муже(N)ственности. Аналогичные тенденции отмечаются и лингвистами (Кирилина А., Томская М. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. 2005. № 2. http://magazines.russ.ru/oz/2005/2/2005_2_7.html).

⁹⁶ Как подчеркивает О. В. Рябов, «эталон Мужика создается в противовес репрезентациям западной маскулинности, что можно интерпретировать в качестве модуса оппозиции “богатырь — рыцарь” (будь то акцентированный патриотизм Мужика или каноны его телесности)» (Рябов О. «Россия-Матушка». С. 237).

защитника, его преданность России, и экономическую состоятельность мужчины-кормильца. Иными словами, происходит своеобразный синтез советского и либерального типа маскулинностей.

Любопытно, что в политическом имидже В. Путина, периоду президентства которого Мужик в значительной степени обязан своей легитимацией, также наблюдаются коррективы в сторону соответствия данному типу маскулинности. Анализ использования национального ресурса при конструировании имиджа президентов представляется важным по двум причинам. Во-первых, благодаря популярной в политическом дискурсе метафоре персонификации политический процесс воспринимается через личности⁹⁷. Объяснение политики в терминах личной биографии делает персональные качества национальных лидеров еще более значимыми, чем само политическое содержание кампании⁹⁸. Для новостных дискурсов современной эпохи акцентирование внимания на персональных характеристиках политиков свойственно даже в большей степени, чем раньше⁹⁹. В подобном контексте политическая борьба нередко представляется как состязание не программ и идей, но личностей, часть из которых, как в мыльной опере, являются героями, а часть — «плохими парнями»¹⁰⁰. Заметим: поскольку политические лидеры в подавляющем большинстве — это мужчины, постольку политический процесс с его участниками пред-

⁹⁷ Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестн. МГУ. Сер. 9, Филол. науки. 2001. № 6. С. 138; Hooper C. Op. cit. P. 88.

⁹⁸ Iyengar S., Valentino N. A., Ansolabehere S., Simon A. F. Running as a Woman: Gender Stereotyping in Political Campaigns // Women, Media, and Politics / P. Norris (Ed.). New York, 1997. P. 55.

⁹⁹ По оценке Г. Г. Почепцова, акцент на личностных качествах кандидата объясняется и тем, что они легко усваиваются (Почепцов Г. Г. Как становятся президентами: избирательные технологии XX века. Киев, 1999. С. 40).

¹⁰⁰ Hooper C. Op. cit. P. 88.

ставляется как соперничество мужчин-политиков, своего рода «мужской разговор», что является одним из факторов маскулинизации политической сферы¹⁰¹. Во-вторых, политические силы, находящиеся у власти, формируют гендерный порядок в соответствии с собственными интересами, предлагая новые стандарты маскулинности и фемининности. Образ национального лидера в данных условиях становится важным фактором формирования эталонной мужественности.

Образ В. Путина строился как альтернативный образу Б. Ельцина, что обеспечивалось в числе прочего и за счет продвижения другого типа маскулинности. Сторонники Б. Ельцина также эксплуатировали национальный фактор, репрезентируя президента как типично русского правителя и типично русского мужчину с его сильными и слабыми сторонами; по оценке В. Костикова, на президента работали те черты, которые, в сущности, определяют русский национальный характер. Идентификации с русским характером способствовала и внешность Б. Ельцина — высокий рост, массивность фигуры, крупные черты лица¹⁰². Даже известное пристрастие политика к спиртному объяснялось национальной традицией.

Создаваемый имидж В. Путина соответствовал скорее западным канонам маскулинности: президент выглядел как рациональный, практичный и сухой менеджер, по-деловому решающий вопросы. Маскулинизация достигалась за счет постоянной актуализации его связи с социальными институтами, которые традиционно коррелируются с маскулинностью (спецслужбы, армия, спорт). Особого внимания заслуживает определенная «германизация» его облика, кото-

¹⁰¹ Cohn C. Wars, Wimps, and Women: Talking Gender and Thinking War // *Gendering War Talk* / M. Cooke, A. Woollacott (Eds). Princeton, 1993. P. 239—241.

¹⁰² На вопрос, является ли основой доброжелательного отношения к Б. Ельцину то, что он олицетворяет типично русский национальный характер, позитивно ответила большая часть населения (см.: Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М., 2000. С. 612).

рая была явно отражена уже в первой президентской кампании В. Путина¹⁰³; служба в ГДР и знание немецкого языка, военное прошлое и военная выправка, равнодушие к алкоголю, особое расположение к Санкт-Петербургу, а не к Москве. Подчеркнутая молоджавость и отличная физическая форма президента¹⁰⁴ (и, добавим, его команды: внешний

¹⁰³ Так, Л. Радзиховский противопоставлял в этот период «приятного во всех отношениях», аккуратнейшего «немца» Путина «русскому по призванию», «уральскому медведю» Б. Ельцину; *Радзиховский Л.* А new загогулина // Сегодня. 10 окт. http://www.segodnya.ru/w3s.nsf/Archive/2000_227_polit_text_radzihovskii1.html (последнее посещение в феврале 2008 г.). Такая же традиция репрезентации российского президента существовала и за границей. В качестве курьезного, но красноречивого примера можно привести название книги одного немецкого автора — «Владимир Путин. Немец в Кремле» (*Rahr A. Wladimir Putin: Der «Deutsche» im Kreml. Muenchen, 2000*).

¹⁰⁴ Заметим, спортивные увлечения В. Путина, постоянно актуализируемые в СМИ, были призваны, помимо прочего, продемонстрировать его мужественность, молодость и здоровье. Данные контент-анализа свидетельствуют о том, что 58,1 % всех упоминаний кандидатов в президенты, связанных с физкультурой и спортом, приходилось на В. Путина. Избирателю регулярно напоминали о том, что президент занимается дзюдо и самбо и любит горные лыжи (см., напр.: Комсомольская правда. 2004. 11, 13 марта). Репортаж о визите В. Путина в школу спортивного мастерства одно из российских изданий озаглавило так: «Российский Брюс Ли, или Неизвестный В. Путин», сопроводив его фотографией президента на татами, в схватке с противником; Российский Брюс Ли, или неизвестный Путин. <http://www.pravda.ru> (последнее посещение в марте 2007). Из материалов российских предвыборных кампаний избиратели узнали, в частности, о достижениях других политиков (см.: *Рябова Т. Б.* Маскулинность в политическом дискурсе российского общества). Такая роль спорта в репрезентациях политиков связана, очевидно, с тем, что ценности спорта, так же как и ценности армии, во многом совпадают и со стандартом маскулинности, и с образом успешного политика. Он ориентирует человека на победу, призывает его быть сильным, отважным, настойчи-

облик политической элиты первого эшелона власти за период его президентства изменился) также коррелируют с западным стандартом маскулинности и с властью — властью-контролем над своим телом (ил. 4)¹⁰⁵.

Любопытно, что «западность» президента использовалась в политической риторике и его сторонников, которые ассоциировали с ней прогрессивность и цивилизованность, и его оппонентов, которые противопоставляли ее национальной самобытности, например: «Сам способ мышления Зюганова национальный, самобытный, выработанный глубинной русской жизнью как современной, так и всей предыдущей... Стихия свободной русской мысли клокочет в Зюганове. Сухостью питерского классицизма несет от Путина»¹⁰⁶.

вым в достижении своей цели, способным, если придется, мужественно терпеть боль, реабилитирует определенную агрессивность (*Kimmel M. Manhood in America: A Cultural History. New York, 1996. P. 2; MacKinnon K. Op. cit. P. 11, 109*).

¹⁰⁵ О строительстве своего тела как способе контроля и власти см.: *Bordo S. The Male Body; Idem. Reading Slender Body // Body Politics: Women and the Discourses of Sciences / M. Jacobos et al. (Eds). London; New York, 1990*. Вопрос о национальной специфике телесности в России в целом и канонах телесности политиков в частности нуждается в дополнительном обсуждении. Е. Барабан полагает, что в Советском Союзе и постсоветской России каноны телесности также имели классовое измерение, однако вектор их был совсем иной. В то время как мужественность и стройность выступали в официальной советской иконографии атрибутами скорее рабочих и крестьян, «раздобревшие» тела, избыточный вес и живот партократов и бюрократов — знаком власти, удачливости, могущества, мудрости, стабильности. При этом, пишет исследовательница, полнота мужчин, стоящих на социальной лестнице ниже, считалась знаком пассивности, безынициативности, бескультурия, а также отсутствия мужественности (*Барабан Е. В. В меру упитанный и в полном расцвете сил // О муже(N)ственности*).

¹⁰⁶ *Лысков А. Русский Зюганов: (Кандидат в президенты России — на Воронежской земле) // Завтра. 2000. 29 февр.*



4. Российский Брюс Ли, или неизвестный Путин
[http:// www.pravda.ru](http://www.pravda.ru)

Однако очевидно, что в изменяющихся политических условиях трансформировался и имидж В. Путина. Образ западного менеджера был значительно русифицирован. Национальная специфика проявлялась, в частности, в акцентировании патриотизма президента, в использовании образа Царя-Батюшки, защищающего своих подданных и от козней Запада, и от издоимства нерадивых чиновников. «Мужиковизации» образа президента способствовал и его язык; по оценке Б. Колоницкого, после обещания В. Путина «мочить террористов в сортире» страна увидела «настоящего мужика», «мачо в национальном стиле»¹⁰⁷. Т. Н. Пищева, проанализировавшая особенности коммуникации В. Путина в период первого срока его президентства, обратила внимание на то, что его «простая и доступная лексика» делает образ политика «более близким и понятным»¹⁰⁸. Очевидно, избирае-

мые в последние годы способы коммуникации В. Путина еще более приблизили его образ к образу Мужика.

С другой стороны, те черты имиджа В. Путина, которые не находят отклика у избирателей, подвергались кор-

¹⁰⁷ Колоницкий Б. Владимир Путин: Великий Мачо, могучий и мочащий // Дело. 2004. 9 февр. <http://www.idelo.ru/312/14.html> (последнее посещение в феврале 2004 г.)

¹⁰⁸ Пищева Т. Н. Образы политиков: особенности коммуникаций и барьеры восприятия // Психология восприятия власти / Под ред. Е. Б. Шестопал. М., 2002. С. 210.

ректированию — скажем абсолютное трезвенничество. Если сначала заявлялось, что тот предпочитает спиртному воду¹⁰⁹, то впоследствии избирателей проинформировали, что президент иногда не прочь посидеть с кружкой хорошего пива. Из интервью президента накануне своих выборов 2004 г. становится ясно, что он не отказывается и от других алкогольных напитков, хотя и «знает меру»¹¹⁰.

Наконец, отметим и обратную корреляцию. Имидж национального лидера представляет собой важный фактор формирования образов национальной маскулинности и фемининности. Так, американский журналист П. Старобин пишет, что «Путин ничуть не меньше, чем Ельцин, является порождением российской среды и исторического наследия. На деле, именно “русскость” Путина в самом широком смысле этого слова и есть ключ к пониманию его характера; в каком-то отношении его правление представляет собой воплощение особенностей российской политической традиции»¹¹¹. Русский президент Путин явил новый тип русского мужчины, образованного, предсказуемого, вполне соответствующего западным канонам, об этом с гордостью сообщает журналист в статье под названием «Русские мужчины опять в моде»¹¹².

3.1.2. Негативный мужской стереотип: демаскулинизация Чужих

Создание негативного образа соперника, его делегитимация, является необходимой частью политической борьбы. Поскольку в конструировании имиджа политика

¹⁰⁹ Так, накануне выборов 2000 г. в прессе приводились такие слова о В. Путине тех немцев, которые знали или видели его в период работы в ГДР. «Он мог растянуть кружку пива на целое лето»; Гольц А., Пинскер Д. Господин без гарантий. [http:// www.panorama.ru/works/putin/harakt00.html](http://www.panorama.ru/works/putin/harakt00.html) (последнее посещение в феврале 2007).

¹¹⁰ Гамов А., Кафтан Л. Указ. соч.

¹¹¹ Старобин П. Указ. соч.

¹¹² Русские мужчины опять в моде // Независимая газ. 2005. 4 мая.

придается такое значение маскулинности во всех ее измерениях, неудивительно, что в дискредитации политического противника используется его демаскулинизация — как через прямое атрибутирование ему фемининных свойств (или сравнение его поступков и качеств с «женскими»), так и через отказ ему в обладании качествами «мужскими», «нормальными». Феминизация политического противника, изображение его как немужественного и, следовательно, девиантного — распространенная практика репрезентации Другого в современной российской политике¹¹³.

Исследователи показали, что демаскулинизация оппонента нередко выступала в качестве приема политической борьбы в разные периоды американской политической истории¹¹⁴, включая и недавнее прошлое; скажем, Дж. Буш-старший использовал в своей кампании против противника такие аргументы, как Б. Клинтон — «нытик» (*sissy*)¹¹⁵.

В России эта традиция обнаруживает себя уже в политической культуре средневековья — например в инвективах, которыми обмениваются Иван Грозный и Андрей Курбский. Иван Грозный, доказывая оппоненту преимущества самодержавия, сравнивает «власть многих» с «женским неразумием», с якобы женской неспособностью остановиться на чем-либо одном. Курбский же характеризует интерпретацию царем политических событий как «рассказни пьяных баб»¹¹⁶.

Документ другой эпохи — фильм С. Эйзенштейна «Октябрь» (1927) — является ярким примером того, как в

¹¹³ *Рябова Т. Б.* Маскулинность в политическом дискурсе российского общества; *Она же.* Мужественность и женственность в политическом дискурсе современного российского общества // Гендерные исследования. № 11 (2004): Харьков; *Она же.* Гендерный дискурс как оружие политической борьбы // Женщина в российском обществе. 2003. № 1/2.

¹¹⁴ См., напр.: *Kimmel M.* Op. cit. P. 181—187.

¹¹⁵ *Wahl-Jorgensen K. W.* Op. cit.; *Cohn C.* Op. cit.

¹¹⁶ См.: *Рябова Т. Б.* Идеал женщины — правительницы дома в позднее средневековье: (По русским и итальянским источникам) // Женщина и российское общество: научно-исторический аспект. Иваново, 1995. С. 38.

дискурсе Октябрьской революции феминизируются Чужие мужчины (А. Керенский живет в покоях императрицы¹¹⁷, а заседания меньшевиков проходят в комнате с вывеской «Классная дама»). Девиантность строя и вытекающую из этого обреченность Врага демонстрирует уже сам факт защиты «прогнившего режима» «женским батальоном». Гендерную норму в фильме репрезентируют Свои. И недоуменное отвращение на лице революционного матроса, ворвавшегося в занимаемые Временным правительством покои императрицы и обнаружившего там предметы женского туалета, весьма красноречиво¹¹⁸.

Персональные характеристики

В современном российском политическом дискурсе прослеживаются аналогичные тенденции. Прежде всего отметим, что качества политика и стиль его поведения могут прямо называться не-мужскими; например, один из кандидатов в президенты в предвыборном феврале 2004 г. оценил поведение другого кандидата как немужское, а выступление В. Жириновского в телевизионной передаче «К барьеру» приглашенные эксперты охарактеризовали следующим образом: «Вот он взрослый, состоявшийся мужчина... а ведет себя, как истеричная женщина»¹¹⁹.

¹¹⁷ Как остроумно заметила И. Новикова, анализирувшая гендерную схему киноповествования; «Александр Федорович в спальне Александры Федоровны» (*Новикова И.* Указ. соч. С. 169).

¹¹⁸ *Рябова Т. Б.* Гендерный дискурс как оружие политической борьбы; см. также: *Attwood L.* «Rodina-Mat» and the Soviet Cinema // *Gender Restructuring in Russian Studies* / M. Liljestrom, E. Mantysaari, A. Roseholm (Eds). Tampere, 1993. P. 16.

¹¹⁹ Канал НТВ, 25 сент. 2003 г. Приведем еще один пример своеобразной демаскулинизации противника, который примечателен делегитимацией женственности как таковой (что, заметим, в целом не является распространенным). Комментируя ликвидацию А. Масхадова, глава МВД Чечни Р. Алханов заявил: «Символично, что наш президент Ахмад-хаджи Кадыров геройски погиб в мужской праздник — День Победы. А этот так называемый “президент Ичкерии” нашел свою смерть в сыром

Помимо подобной, явной демаскулинизации соперника формой его делегитимации является приписывание ему моделей поведения и персональных характеристик, которые составляют содержание стереотипа женщины. Так, фемининными чертами — многословием, непостоянством, страхом перед силовыми акциями Б. Ельцина — пропрезидентские СМИ наделяли оппозиционный Верховный Совет во время конфронтации 1993 г.; президент же, напротив, представал молчаливым, уверенным, упрямым, жестким¹²⁰. Оценка в рамках президентских кампаний претендентов как нерешительных, не осмеливающихся бросить вызов действующему президенту¹²¹ — явление того же порядка. Если сторонники В. Путина ставят в заслугу президенту решительность и даже жесткость (вспомним сакраментальное «мочить в сортире»), то противники упрекают его в нерешительности и мягкости¹²²; если сторонники Б. Немцова считают необходимым подчеркнуть его мужественность, то противники ставят эту мужественность под сомнение, по-своему интерпретируя поведение политика во время событий, связанных с захватом заложников в театре на Дубровке в Москве (октябрь 2002 г.)¹²³. Газета «День»/«Завтра»

погребу в Международный женский день». Р. Кадыров добавил, что для воина — позор умереть в такой день; Алексеев Б. Смерть нашла Масхадова в позорный день // Утро. 9 марта. <http://www.utro.ru/articles/2005/03/09/415383.shtml> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

¹²⁰ День. 1993. 17—23 сент.

¹²¹ См., напр.: Малащенко И. Десятилетие реформ не прошло зря // Аргументы и факты. 2004. 4 февр.

¹²² В. Путин на посту президента. [Опрос Фонда «Общественное мнение». 13.11.2003 г.]. http://bd.fom.ru/report/cat/putin/_putin_plus/dd034525 (последнее посещение в феврале 2008 г.).

¹²³ Он «запаниковал, засуетился и... так и не решился войти вовнутрь захваченного террористами здания, отправив на переговоры вместо себя, как настоящий "герой", Хакамаду» (Матусевич И. Немцов делает себе пиар на теракте // Московский комсомолец. 2002. 21 нояб.).

довольно часто использовала для дискредитации политических оппонентов комментарии типа «Вокруг Ельцина нет ни одного мужчины», «Собчак в платье Нарусовой убегает из Петербурга в Париж»¹²⁴.

Как показал контент-анализ предвыборной прессы кампании 2004 г., среди маркеров, призванных продемонстрировать отсутствие у политика тех или иных маскулиных качеств чаще всего упоминалась зависимость, несамостоятельность кандидата (в том числе в формулировках «жертва», «игрушка», «бессилие сделать что-либо самостоятельно»); они составляют 23 % от общего числа характеристик¹²⁵. Репрезентации кандидатов как беспрестанно подающих петиции в различные инстанции на несправедливые условия предвыборной борьбы (18,6 %) кажутся вполне нейтральными; однако они создают впечатление о политиках скорее как о бессильных жалобщиках, которые только и занимаются выяснением отношений вместо того, чтобы в это время бороться, чем как о цивилизованных защитниках права и справедливости¹²⁶. Кроме этого, распространенными были обозначение кандидатов как объектов, а не субъектов действия (8,8 %), указания на их слабость (11 %), нетвердость взглядов, легкую смену убеждений (8,1 %). Заметим, данные анкетного опроса в основном подтверждают правомерность оценки упомянутых качеств как женских (см. данные табл. 1.2 и 1.3).

¹²⁴ День. 1993. 21 марта, 4 апр., 22 авг., 29 авг., 17 сент.; Завтра. 1995. № 28; 1998. 3 февр.; 1999. 20 июля, 28 сент., 9 дек.; 2000. 14 марта.

¹²⁵ Список индикаторов женственности, встречающихся в анализируемых изданиях, включал в себя: слабость, непредсказуемость, пассивность, нерешительность, несамостоятельность, неспособность принять решение, эмоциональность, чувствительность, искренность, пустословие, нетвердость взглядов, непоследовательность, миролюбие, красоту, осторожность, уклонение от борьбы, легкую смену убеждений.

¹²⁶ См., напр.: Корня А., Романчева И. Мартовская жалобофилия // Независимая газ. 2004. 10 марта; Самарина А., Блинова Е. Хамада ждет извинений от Миронова // Там же. 1 марта.

Таблица 3.2

**Фемининные маркеры в характеристиках политиков
в зависимости от политических предпочтений
печатного издания, % от числа опрошенных**

Газеты Кандидаты	НГ, КЪ	КП, МК, АиФ, РК	СР, «Завтра»
В. Путин	12,8	7,2	36,0
Н. Харитонов	48,5	30,4	25,0
С. Глазьев	57,0	54,1	60,0
И. Рыбкин	59,8	67,4	46,7
И. Хакамада	37,0	38,6	37,5
С. Миронов	40,0	21,7	50,0
О. Малышкин	51,1	66,6	33,3

Анализ репрезентаций кандидатов в президенты в исследуемых изданиях подтверждает и предположение о том, что демаскулинизации подвергаются преимущественно Чужие политики. В таблице 3.2 показана частота использования фемининных маркеров в характеристиках политиков в зависимости от политических предпочтений исследуемых газет.

Наиболее активно привлекают подобные маркеры «Советская Россия» и «Завтра»; среди самых популярных в этой группе газет были, как и в других изданиях, несамостоятельность (46 %, например, упоминание «спонсоров кандидатов»¹²⁷), нетвердость взглядов и измена убеждениям и союзникам (24 %); важными маркерами являлись слабость, бессилие (16 %), пустословие (16 %), нерешительность (8 %). Так, достаточно типичным выглядит упрек И. Рыбкину в том, что тот «перекрашивался в разные цвета», или в том, что его «использовал по назначению Березовский»¹²⁸.

¹²⁷ Советская Россия. 2004. 7 февр.

¹²⁸ Аналогичным образом маркировались разные кандидаты: «многократно менял политическую ориентацию», «сменил политическую ориентацию» (см., напр.: Советская Россия. 2004. 7 февр.; Комсомольская правда. 2004. 3 февр.). Наверное, не будет преувеличением заметить, что подобная оценка имеет еще и сексуальные коннотации.

Различия в привлечении журналистами фемининных характеристик для репрезентаций того или иного политика в зависимости от их политических симпатий достаточно явно обнаруживают себя, например, в портретировании В. Путина; среди наиболее часто встречающихся маркеров президента в «Советской России» и «Завтра» — несамостоятельность и пустословие (по 28,6 %), нетвердость взглядов (17,9 %), нерешительность (14,3 %), слабость (11,1 %). Подчеркнем, что 53,8 % всех фемининных маркеров, используемых этими изданиями, относились именно к президенту¹²⁹. Его поступки, которые оценивались как осторожные в пропрезидентских СМИ, здесь обозначаются как нерешительные¹³⁰, а действия — как нелогичные¹³¹. Президент предстает слабым и бессильным¹³², «с дрожью в голосе»¹³³; его отказ участвовать в теледебатах интерпретируется в этом же русле¹³⁴.

Журналисты пропрезидентских СМИ пользуются теми же маркерами, феминизируя при этом других кандидатов. Несамостоятельность чаще всего приписывалась И. Рыбкину (43,1 %), С. Глазьеву (40 %), Н. Харитонову и И. Хакамаде (по 33,3 %); слабость и отсутствие независимости (в том числе финансовой и идеологической) ставили в упрек С. Глазьеву и И. Рыбкину (16,9 и 16 %) ¹³⁵; нетвердость взглядов — им же (по 20 %), а эмоциональность — С. Миронову (20 %) ¹³⁶. В. Путин подобным образом практически не характеризовался ¹³⁷.

¹²⁹ Для сравнения: доля таких характеристик в отношении Н. Харитонova составила 7,7 %.

¹³⁰ Костиков В. Указ. соч.

¹³¹ Завтра. 2004. 25 февр., 3 марта.

¹³² Лигачев Е. Пустые разговоры // Советская Россия. 2004. 17 февр.

¹³³ Советская Россия. 2004. 10, 14, 17 февр; Завтра. 2004. 3 марта.

¹³⁴ Завтра. 2004. 25 февр.

¹³⁵ Комсомольская правда. 2004. 27 февр., 4 марта.

¹³⁶ Импульсивность, нервность, романтичность — достаточно распространенные маркеры С. Миронова в различных изданиях

Заслуживает особого внимания то обстоятельство, что в «Независимой газете» и «Коммерсанте» самая распространенная характеристика из всех появляющихся в предвыборной прессе фемининных маркеров — несамостоятельность — реже всего использовалась по отношению именно к женщине, И. Хакамаде (8,1 %). Это еще раз подтверждает тезис о том, что фемининность — не столько пол, сколько место в ценностной иерархии. Из всех качеств, которые, на наш взгляд, могут быть объединены под общим названием «нетвердость взглядов», 75 % приходится на С. Глазьева, 25 % — на В. Путина и ни одной — на И. Хакамаду. Характеристики, связанные с «пустословием», распределились поровну между В. Путиным и Н. Харитоновым. Любопытно, что В. Путин, выдержку и сдержанность которого отмечали даже его недоброжелатели, в данных изданиях нередко предстает человеком, совершающим поступки под влиянием эмоций.

Представляют интерес и такие характеристики кандидатов, как легковесность и даже комичность, упоминания об их «наивности» или «буйстве фантазии»¹³⁸. Очевидно, было бы упрощением интерпретировать подобные характеристики как женские; тем не менее, занимая весомое место в маркировках кандидатов, они вряд ли способствуют восприятию политика как мужественного героя-победителя. Данная тенденция особенно отчетливо проявилась при освещении кампании И. Рыбкина. Его описывали в терминах, которые никак не соотносятся со стандартами власти и му-

(см., напр.: Московский комсомолец. 2004. 3 февр.; Комсомольская правда. 2004. 4 марта).

¹³⁷ Например, «Московский комсомолец» характеризует эмоциональность президента так: «В В. Путине нет актерства, он не умеет показывать сочувствие!» (2004. 6 февр.).

¹³⁸ Корня А., Романчева И. Указ. соч.; Максимов А. Эффект Малышкина-Харитонова: комичные персонажи выборов отбирают очки у Путина // Независимая газ. 2004. 10 марта; Варшавчик С. Кандидаты предложили упразднить Совфед // Там же. 11 марта. (Ex libris).

жественности: он предстает несерьезным и безответственным; более того, авторы публикаций порой лишают его субъектности, характеризуя как «наивного Рыбкина», которого использует в своих «антипутинских кознях» Б. Березовский. Контент-анализ показал, что в 69,3 % случаев упоминаний И. Рыбкин представлен как несамостоятельный, в 16,9 % — слабый, в 6,2 % — трусливый, в 4,6 % — безответственный. Использование таких характеристик, как «сжежился», «кокетничал», «потупился», «втянул голову в плечи», «засеменил», «покорно подставил щеку для поцелуя», «наивный», «румяный»¹³⁹ (в 15,8 % случаев всех упоминаний этого кандидата), весьма показательны.

В связи с таинственным исчезновением И. Рыбкина, а потом не менее загадочным обнаружением его в Киеве пресса репрезентировала политика не просто несерьезным, но даже комичным. Дискуссии о том, есть ли у кандидата в президенты любовная связь на Украине, совершенно заслонили обсуждение его политической программы. Приведем названия статей, посвященных этому политику, само появление которых перед выборами не способствовало восприятию его как серьезного кандидата: «В Москву Рыбкин прилетел с загадочной блондинкой», «Девушка Рыбкина-2», «Рыбкин ездил к ней?», «Он летал в Киев к любимой?», «Альбина Рыбкина: Если и есть секс-съемка, то мой муж на ней без сознания», «“Девушкой Рыбкина” оказался сам Рыбкин», «Как Рыбкин не стал “зятьком”»¹⁴⁰. Прошла даже информация о том, что запущен мюзикл «Эротические приключения Ивана Рыбкина в Киеве»¹⁴¹, среди персонажей которого, кроме самого кандидата, фигурировали Б. Березовский и

¹³⁹ Комсомольская правда. 2004. 13 февр., 4, 6 марта.

¹⁴⁰ См., напр.: *Фадеев С.* Патриот и олигархи // Аргументы и факты. 2004. 3 марта; *Юрьев С.* Жену Ивана Рыбкина тайно фотографировали «не совсем одетой»: Фрагменты интервью с Альбиной Рыбкиной // Комсомольская правда. 2004. 17 февр.; *Колесниченко А.* И Рыбкина съездить, и капитал приобрести // Аргументы и факты. 2004. 18 февр.

¹⁴¹ См., напр.: Комсомольская правда. 2004. 3 марта.

В. Путин. Выше мы говорили о том, что приписывание сексуальности, как правило, становится фактором маскулинизации политика и используется в качестве дополнительного аргумента в борьбе за власть; однако лишение способности контролировать ситуацию, быть субъектом отношений, выполняет обратную функцию (например, история о том, как кандидата «соблазнила принцесса-инопланетянка», упоминание о любовницах, настоящих или мнимых, — таких характеристик в отношении И. Рыбкина было немало).

Социальные роли

Еще одним способом демаскулинизации Чужих являются обвинения в том, что они не соответствуют гендерным нормам, связанным с социальными ролями, приписываемыми стереотипами представителям мужского пола. Роль кормильца, обеспечивающего свою семью, — одна из таких ролей. Обвинения в неспособности соответствовать ей в репрезентациях отдельных политиков не столь распространены; однако они включаются в политическую борьбу, когда речь идет об идеологиях. Наглядным примером являются обвинения, предъявляемые в либеральном дискурсе перестроечного и постперестроечного периода в адрес советского гендерного порядка, а также ассоциируемых с ним главных оппонентов либералов — сторонников коммунистической оппозиции. Репрезентации социализма как общественной системы, искажающей человеческую природу в целом и социальные отношения (включая и гендерные) в частности, сыграли немаловажную роль в ликвидации советского строя¹⁴². Советские мужчины изображались лишенными собственности и свободы, а потому несамостоятельными, безответственными, слабыми, безынициативными, феминизированными. Это объяснялось в

¹⁴² См. подробнее: *Riabova T., Riabov O.* «U nas seksa net»: Gender, Identity, and Anticomunist Discourse in Russia // *State, Politics, and Society: Issues and Problems within Post-Soviet Development* / A. Markarov (Ed). Iowa City, 2002; *Рябов О.* «Россия-Матушка».

первую очередь тем, что государство узурпировало роль кормильца, прежде принадлежащую мужчине¹⁴³. Преодоление такой девиации и восстановление «естественного порядка», отвечающего сущности человека, связывалось с возрождением традиционных представлений о мужественности и женственности; возвратились и стали едва ли не доминирующими традиционные взгляды на роль мужчины как кормильца и добытчика. В качестве типичного примера приведем слова из труда одного из российских экономистов, считавшего возрождение семьи главным условием реформирования России: «Чего стоит мужчина, муж, который понимает, что он один своим трудом прокормить семью не может? Если это настоящий мужчина, то он начинает комплексовать...»¹⁴⁴.

Обвинения в потере при социализме мужчиной самостоятельности встречаются не только в публицистическом, но и в академическом дискурсе. Например, И. С. Кон отмечает, что в советский период атрофировались такие важные черты маскулинности, как энергия, инициатива, независимость: «С раннего детства и до самой смерти советский мужчина чувствовал себя социально и сексуально зависимым и ущемленным»¹⁴⁵.

Другой способ демаскулинизации при помощи апелляции к стереотипным представлениям о социальных ролях

¹⁴³ Verdery K. From Parent-State to Family Patriarchs: Gender and Nation in Contemporary Eastern Europe // *East European Politics and Societies*. 1994. Vol. 8. Iss. 2. P. 250—255; Воронина О. А. Женщины и социализм: Опыт феминистского анализа // *Феминизм: Восток. Запад. Россия* / Под ред. М. Т. Степанянц. М., 1993; De Hart J. S. Containment at Home // *Rethinking Cold War Culture* / P. J. Kuznick, J. Gilbert (Eds). Washington, 2001. P. 129.

¹⁴⁴ Лисичкин Г. Ловушка для реформаторов // Октябрь. 1999. № 7.

¹⁴⁵ Кон И. С. Российский мужчина и его проблемы // *Меняющиеся мужчины в меняющемся мире. Сексология: Персональный сайт И. С. Кона*. http://sexology.narod.ru/publ018_4.html (последнее посещение в марте 2008 г.).

мужчины и женщины связан с разделением обязанностей и властных полномочий в семье. Скажем, в ходе анализируемой президентской кампании одна из ведущих журналисток популярной российской газеты одарила С. Глазьева ярлыком «подкаблучник»¹⁴⁶.

Наконец, важным аспектом дискурсивных практик демаскулинизации противника являются обвинения в неспособности выполнять роль защитника страны, воина, что не вызывает удивления в свете того внимания, которое, как отмечалось выше, уделяется армейскому опыту политика. Отсутствие в послужном списке политика факта службы в армии нередко сопровождается сомнениями в его мужественности. Обсуждение армейского опыта политика, его военной компетентности превращается в фактор, влияющий на его оценку и как политика, и как мужчины.

Заметим, что подобная ситуация не является специфически российской. Скажем, схожую интерпретацию тема военного прошлого политика получает в ходе предвыборной борьбы в США — в частности в период президентской кампании 1992 г. Республиканцы акцентировали внимание на факте уклонения Б. Клинтона от призыва в армию во время вьетнамской войны, противопоставляя «этому маменькину сынку» «героя войны» Дж. Буша-старшего. Демократы же интерпретировали его поступок как сознательный отказ от участия в несправедливой войне¹⁴⁷. Военная тема стала одной из ведущих и в ходе кампании 2004 г. Противники Дж. Буша-младшего пытались поставить под сомнение патриотизм президента, вменяя ему в вину то, что тот не принимал непосредственного участия в боевых действиях во Вьетнаме; в свою очередь, противники Дж. Керри обвиняли претендента, который по возвращению из армии активно участвовал в антивоенном движении, в предательстве боевых товарищей. В кампании 2008 г. обсуждение кандидатуры Дж. Маккейна сопровождается дискуссиями о

¹⁴⁶ Комсомольская правда. 2004. 6 июля.

¹⁴⁷ *Wahl-Jorgensen K. Op. cit. P. 64, 66.*

том, столь ли героическим было его поведение в плену во Вьетнаме, как утверждает он сам и его сторонники.

Выше отмечалось, сколь весомой была доля маркеров военной компетентности в репрезентациях В. Путина в период избирательной кампании 2004 г. Любопытно, что противники президента также апеллировали к его армейскому прошлому: «В. Путин, в прошлом советский офицер, изменил присяге, а значит, и стране. Как офицер он потерял честь, совесть и достоинство. Для президента нужны другие качества!»¹⁴⁸

Обличения политических соперников в ходе одной из местных избирательных кампаний включали в себя и следующие суждения: «А ведь вы, ребята-демократы, точно в боевой ситуации не бойцами будете. ...Не думаю, что у вас... настоящий мужской характер»¹⁴⁹.

Называя в свое время «белобилетником» Б. Ельцина¹⁵⁰, газета «Завтра» пыталась поставить под сомнение отнюдь не только состояние здоровья «гаранта Конституции», но и его моральные качества, и его способность быть защитником России-Матушки. Одно из наиболее заметных событий теледебатов президентской кампании 2008 г. — перепалка между В. Жириновским и представителем другого кандидата, А. Богданова — началась именно с обвинений, которые лидер ЛДПР предъявил А. Богданову в том, что тот нарушил воинскую присягу¹⁵¹. В «Правде Жириновского» обвинения в адрес противников сопровождались следующими словами: «Жириновский служил. А где служили господа Гайдар и Федоров? Их внешний облик, как мне кажется, свидетельствует о нарушенной сексуальной ориентации — уж больно женоподобны»¹⁵².

¹⁴⁸ Завтра. 2004. 25 февр.

¹⁴⁹ Павловский коммунист. 2006. № 16.

¹⁵⁰ Завтра. 2007. 9 мая.

¹⁵¹ Телевизионные дебаты кандидатов в президенты // Звезда. 2008. 21 февр.

¹⁵² Правда Жириновского. 1994. № 11.

Сексуальные девиации

Намеки на сексуальные девиации политиков, прежде всего на нетрадиционную сексуальную ориентацию, или просто на их симпатии к сексуальным меньшинствам являются распространенным и эффективным приемом демаскулинизации противника. Как неоднократно отмечалось в исследованиях, роль репрезентаций гомосексуализма в конструировании современной маскулинности очень велика; так, согласно Дж. Моссе, важным компонентом негативного стереотипа, призванного поддержать нормативный канон маскулинности, позитивный стереотип, был образ мужчин с нетрадиционной сексуальной ориентацией¹⁵³. Достаточно изученным является вопрос о том, как в США во время Холодной войны гомосексуализм ассоциировался с коммунизмом, с тем хаосом, который, как утверждалось, он несет и в гендерном, и в сексуальном измерениях (при том что, в свою очередь, в СССР это явление объяснялось «чуждым буржуазным влиянием»¹⁵⁴. Прежде чем анализировать использование данного маркера в политическом дискурсе современной России, напомним, что согласно данным нашего анкетного опроса, в котором мы предложили респондентам высказать свое отношение к ряду фактов частной жизни политиков, именно нетрадиционная сексуальная ориентация была расценена респондентами в качестве самой неприемлемой черты политика (оценка в -2,6 по шкале от -3 до +3). Соответствующим образом обыгрывался факт политической поддержки Б. Ельцина представителями сексуальных меньшинств¹⁵⁵ и приглашение, которое бывший российский президент получил от гомосексуалистов, благодарных ему за поддержку в 1993 г., на их праздник¹⁵⁶. Прямые намеки на

¹⁵³ Mosse G. Op. cit.

¹⁵⁴ См. подробнее: Рязов О. В. «Красный кошмар»: Репрезентации советской семьи в американском антикоммунизме периода «холодной войны» (1946—1963) // *Семья: между насилием и толерантностью* / Под ред. М. А. Литовской, О. В. Шабуровой. Екатеринбург, 2005.

¹⁵⁵ День. 1993. 28 марта.

¹⁵⁶ Программа «Посткриптум», канал ТВЦ, 4 февр. 2006 г.

нетрадиционную сексуальную ориентацию политиков в большинстве случаев встречаются в тех изданиях, которые провозглашают приверженность консервативным ценностям и не обременены необходимостью соблюдения принципов толерантности, скажем в газете «Завтра»¹⁵⁷. Политическим аргументом становится не только реальный или мнимый гомосексуализм противников, но даже малейшая ассоциация с данным явлением¹⁵⁸. Представители истеблишмента в большей степени придерживаются норм политкорректности, однако и официальные лица не лишают себя удовольствия подшутить над оппонентом, прибегая к соответствующим аллюзиям. Так, президент В. Путин, отвечая на вопрос «Комсомольской правды» о непростых отношениях России с Грузией после «революции роз», заметил: «То розовая революция, то голубую еще придумают»¹⁵⁹.

Текст В. Жириновского «Сексуально-политическая ориентация»¹⁶⁰ (1997) является характерным примером эксплуатации маркера сексуальности в качестве диакритика, отделяющего нормальных Своих от девиантных Чужих. Он провозглашает: «За патриотических кандидатов и особенно за ЛДПР голосуют в основном нормальные люди, предпочитающие ограничивать секс супружескими рамками, и приверженцы идеи здоровой семьи». Обличая своих главных противников, он пишет, что «среди сторонников “Яблока” и “Демократического выбора России” преобладают лица с явной или латентной гомосексуальностью»¹⁶¹. Впро-

¹⁵⁷ См., напр.: Завтра. 1993. № 34; 1994. № 37; 1999. № 26.

¹⁵⁸ В августе 2007 г. один из лидеров КПРФ предложил идти на парламентские выборы под лозунгом: «Лучше красные, чем голубые!», намекая на цвет знамен главного оппонента коммунистов — «Единой России»; ИА «Новый регион». <http://www.nr2.ru/interview/120717.html> (последнее посещение в марте 2008 г.).

¹⁵⁹ Агентство NEWSru.com. <http://www.newsru.com/background/21apr2005/poutine.html> (последнее посещение в марте 2008 г.).

¹⁶⁰ Жириновский В. В. Сексуально-политическая ориентация // Жириновский В. В. Любимая Родина. М., 1997. С. 14.

¹⁶¹ В качестве более мягкой формы намеков на такого рода особенности, вероятно, можно рассматривать приписывание по-

чем, досталось и коммунистам: по утверждению автора, проведенное исследование выяснило, что «за КПРФ голосуют преимущественно лица с пониженной половой активностью (обычно возрастное явление)»¹⁶².

Подчеркнем, что идея асексуальности сторонников советского прошлого была изобретена отнюдь не В. Жириновским. Она появляется еще в антикоммунистической пропаганде Холодной войны¹⁶³ и затем активно используется в дискурсе перестройки. Следует заметить, что ресурс сексуальности явился значимым фактором политической мобилизации, позволившим в постсоветский период сформировать новые гендерные модели и отбросить прежние.

Сексуальность может быть рассмотрена как социальный конструкт, который зависит от исторического и культурного контекста, производится дискурсивно и, следовательно, как пишет С. Вэнс, служит символическим полем боя, на котором различные группы, включая политические, борются за изменение сексуальных отношений и взглядов на сексуальность¹⁶⁴.

В постперестроечной России «секс» начинает играть значительную роль в производстве границ и иерархий, выполняя функции важного диакритического элемента. Антикоммунистический дискурс по причине упомянутых представлений об извращенности советского гендерного порядка уже сам по себе предполагал сомнение в наличии в СССР нормальной сексуальности. Основная тенденция оценки советской сексуальности отражена в хорошо известной и по-

литикам-мужчинам излишнего внимания к собственной внешности. Так, вряд ли только журналистскому любопытству избирательные кампании 1999 и 2000 гг. обязаны появлением слухов о пластических операциях Г. Зюганова и Г. Явлинского (*Барциц О. Тайны пластических операций // Аргументы и факты. 2001. № 25. (Суббота и воскресенье).*

¹⁶² Жириновский В. В. Сексуально-политическая ориентация. С. 14.

¹⁶³ Рябов О. В. «Красный кошмар».

¹⁶⁴ Vance C. S. Social Construction Theory and Sexuality // *Constructing Masculinity* / M. Berger, B. Wallis, S. Watson (Eds). New York; London, 1995. P. 41.

стоянно воспроизводимой сентенции: «У нас секса нет». Эта фраза, сорвавшаяся в полемическом запале с уст советской женщины во время одного из американо-советских телемостов времен начала перестройки, стала крылатой и превратилась в формулу обозначения отношения ко всему, что связано с сексуальной сферой в государствах с коммунистическим режимом¹⁶⁵. Средства массовой информации постсоветского периода уделяют повышенное внимание данной стороне жизни человека¹⁶⁶. Абсолютная сексуальная свобода расценивается как демонстрация свободы социальной и политической¹⁶⁷. Сексуальность объявляется индикатором подлинной маскулинности, при этом Своим мужчинам приписывается как репродуктивная сила, так и способность контролировать собственную сексуальность, Своим женщинам — сексуальная привлекательность и молодость. Поэтому в постперестроечном дискурсе нетрудно найти свидетельства гордости как за российских красавиц, вышедших после распада СССР на мировой подиум, так и за сексуальные «подвиги» российских политиков¹⁶⁸.

Принципиально, что в либеральном дискурсе устанавливалась корреляция между сексуальной привлека-

¹⁶⁵ *Riabova T., Riabov O. Op. cit.*

¹⁶⁶ См.: *Клименкова Т. А. Указ. соч.*

¹⁶⁷ *Рябов О. «Россия-Матушка». «Свобода политического самовыражения становится почти синонимом сексуальной свободы», — пишет Э. Боренштейн (цит. по: Goscilo H., Lanoux A. Lost in the Myths: Introduction // Gender and National Identity in Twentieth-century Russian Culture / H. Goscilo, A. Lanoux (Eds). DeKalb, 2006. P. 21).*

¹⁶⁸ Отметим, что аналогичное сексуальное поведение политиков в странах Запада обычно приводит к отставке. Между тем данные социологического опроса (ВЦИОМ), проведенного в период так называемых сексуальных скандалов в российской политике, показали: респонденты в большинстве своем (49% против 24%) считали, что участие в них политиков не является основанием для их отставки (см.: *Muradova M., Mcgrath T. Monkey Business is Politically Complex in Moscow (the Skuratov Affair) // Arena Magazine. 1999. Oct.*). На наш взгляд, подобное отношение также может свидетельствовать об изменениях в сфере сексуальной морали как факторе политики.

тельностью, с одной стороны, и демократией — с другой; это отражает пропагандируемый через масс-медиа новый стиль жизни, совмещающий в себе приверженность демократическим (трактуемым прежде всего как американские) ценностям, антикоммунизм и сексуальность. Америка портретировалась в качестве места абсолютной сексуальной свободы¹⁶⁹. «Сторонники демократии», Свои, будь то политики или бизнесмены, которые репрезентируются как молодые, энергичные, сексуально активные, выглядят еще сексуальнее на фоне Чужих — старых, скучных «коммуняк», лишенных какой бы то ни было привлекательности¹⁷⁰. Образам Своих (молодых и сексуально привлекательных) дам противопоставляются образы «старых толстых теток», «без возраста и признаков пола»¹⁷¹.

В свою очередь, в русофильском дискурсе «развратные демокрады» обвинялись в том, что они и сами предрасположены к различного рода сексуальным девиациям, и страну привели к сексуальной распущенности. Например, в газете «Завтра» представители сексуальных меньшинств репрезентируются как союзники «демократии», а та объявляется «формой полового извращения». В инвективах В. Жириновского на «демократов» возлагается ответственность за то, что они сделали «всех русских женщин» проститутками, и дается обещание «вернуть домой русских девочек со всех панелей мира»¹⁷².

В качестве феминизированного Чужого, на фоне которого утверждается маскулинность Своих, выступает не только

¹⁶⁹ *Klimenkova T.* The Mythology of Women's Emancipation in the USSR as the Foundation for a Policy of Discrimination // *Women in Russia: A New Era in Russian Feminism* / A. Posadskaya (Ed.). London; New York, 1994. P. 19.

¹⁷⁰ *Рябова Т. Б.* Мужественность и женственность в политическом дискурсе современного российского общества.

¹⁷¹ См., напр.: *Лимонов Э.* Моя политическая биография. СПб., 2002.

¹⁷² См.: *Khamrayev V.* The Current Digest of the Post-Soviet Press, Sept. 7. 1994. Vol. 46. № 32; телепрограмма «К барьеру», канал НТВ, 25 сент. 2003 г.

внутренний Чужой, но и внешний. Например, в работе Т. Суспицыной анализируется феминизация Америки в дискурсе русской народно-патриотической оппозиции¹⁷³. Еще одним Чужим, феминизация которого становится составной частью ремаскулинизации Своих, является Украина (особенно после «оранжевой революции»). Так, в дискурсе событий, связанных с повышением цены на газ в январе 2006 г., бывшая союзная республика предстает в образах корыстолюбивой содержанки, «ветреной украинской любовницы»¹⁷⁴. «Джентльмен всегда платит за подружку» — такой плакат держали митингующие в эти дни у американского посольства в Москве, призывая США заплатить России долги Украины¹⁷⁵. Девиантность гендерного порядка Украины репрезентируется также при помощи актуализации стереотипа слабого мужчины при сильной женщине. Так, В. Ющенко нередко изображают несамостоятельным при принятии решений, называя подкаблучником и высказывая подозрения в том, что эти решения навязаны ему, во-первых, женой-американкой, которая диктует волю чужой страны, и, во-вторых, сильной женщиной Ю. Тимошенко, «которая сама за 5 лет слепила Ющенко»¹⁷⁶.

Демаскулинизация политиков осуществляется и с помощью различных вариантов сексуальной метафоры. Так,

¹⁷³ *Suspitsina T. The Rape of Holy Mother Russia and the Hatred of Femininity: The Representation of Women and the Use of Feminine Imagery in the Russian Nationalist Press // Anthropology of East Europe Review. 1999. Vol. 17. № 2; То же. http://condor.depaul.edu/~rrotenbe/aeer/aeer17_2.html (последнее посещение в феврале 2008 г.).*

¹⁷⁴ Телепрограмма «ТВЦ-Постскриптум», 26 марта 2006 г.

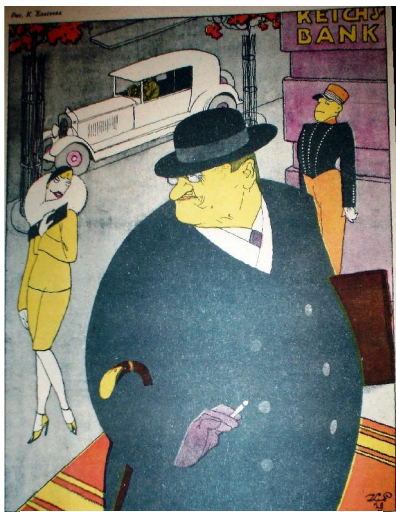
¹⁷⁵ Отметим еще один любопытный факт, характеризующий позиционирование России на постсоветском пространстве при помощи гендерного дискурса. Вскоре после «оранжевой революции», в 2005 г., был снят фильм «Юлия», одним из авторов которого выступил А. Митрофанов, в ту пору заместитель председателя ЛДПР. В этом фильме «эротического содержания» главными героями стали женщина, «похожая на Ю. Тимошенко», и «грузин Миша»; http://www.federalpost.ru/social/issue_19877.html (последнее посещение в феврале 2008 г.).

¹⁷⁶ Московский комсомолец. 2004. 26 нояб.

если, как уже было отмечено, мужская репродуктивная сила атрибутируется Своим, то метафора *импотенции* популярна в практиках делегитимации политического противника. Например, в беспомощности и импотенции регулярно обвиняет власть коммунистическая оппозиция (в том числе и в рамках анализируемой предвыборной кампании¹⁷⁷). Схожий смысловой оттенок (отсутствие силы,

власти, могущества) имеет и метафора *кастрации*¹⁷⁸.

Довольно популярными являются метафоры супружеской неверности, непостоянства, продажной любви, которые призваны подчеркнуть нарушение различных норм политической этики. Наиболее распространенной из них метафорой *проституции* традиционно обозначают политическое непостоянство, изменение первоначальных договоренностей, легкую смену убеждений, продажность¹⁷⁹. Самым, пожалуй, известным примером применения этой метафоры в совет-



5. К. Елисеев
В мире проституток
Крокодил. 1929. № 41

¹⁷⁷ Советская Россия. 2004. 10 февр.

¹⁷⁸ Использование метафоры кастрации российским президентом на пресс-конференции в отношении дотошного французского журналиста в 2005 г. было расценено западными СМИ не только как некорректность, но и как угроза; <http://www.newsru.com/world/12nov2002/nytimes.html> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

¹⁷⁹ Подробнее о метафоре проституции в современном политическом дискурсе России см.: Borenstein E. Selling Russia: Prostitution, Masculinity, and Metaphors of Nationalism after Perestroika // Gender and National Identity in Twentieth-century Russian Culture / H. Gosciolo, A. Lanoux (Eds). DeKalb, 2006.

ском политическом дискурсе стало сакраментальное «проститутка Троцкий». Сегодня же достаточно задать в поисковых системах интернета имя практически любого заметного политика рядом со словом «проститутка», чтобы понять, насколько активно используется подобного рода «аргумент»¹⁸⁰. «Привет маршу политических валютных проституток!» — плакат с такой надписью развернули активисты прокремлевских молодежных организаций во время митинга представителей оппозиционной «Другой России» (апрель 2007 г.), обвиняя их в том, что те отрабатывают деньги спонсоров, в первую очередь иностранных (ил. 6)¹⁸¹.



6. Плакат «Привет маршу политических валютных проституток»
<http://www.kasparov.ru>

Наконец, нельзя не упомянуть о метафоре *коитуса*, которая в политическом дискурсе призвана обозначать отношения власти и подчинения. «Новую Думу осеменяют в Кремле»¹⁸², «Все ветви власти под Путиным»¹⁸³ — эти и им подобные высказывания призваны показать власть и активность одного политического субъекта, слабость, подчине-

¹⁸⁰ Употребление этой метафоры по отношению к известным политикам см., напр.: Служба новостей «URA.Ru». <http://ura.ru/content/world/10-03-2006/news/2053.html> (последнее посещение в феврале 2008 г.); в качестве иллюстрации использования данной метафоры в советском политическом дискурсе мы приводим карикатуру 1929 г. (ил. 5).

¹⁸¹ Агентство «Lenta». <http://lenta.ru/news/2006/12/16/march2/> (последнее посещение в феврале 2008 г.); Молодежное движение «Россия молодая». <http://rumol.ru/news/676.html> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

¹⁸² Аргументы и факты. 2000. 18 янв.

¹⁸³ Комсомольская правда. 2002. 6 февр.; Аргументы и факты. 2000. 19 янв.; Советская Россия. 2005. 8 дек.; Завтра. 1994. № 23.

ние и пассивность — другого¹⁸⁴. Особенно очевидно значение данной метафоры, ее потестарность, при использовании глаголов «отдаваться» и «иметь»¹⁸⁵ (например: «Родина» отдалась единокорсам»¹⁸⁶).

3.2. Женский стереотип в дискурсе политической борьбы

3.2.1. Женское начало власти: «за» и «против»

Итак, и данные социологического опроса, и результаты контент-анализа предвыборной прессы достаточно убедительно подтверждают тезис об андроцентризме политической сферы, в которой именно мужское рассматривается в качестве нормы; большинство характеристик политиков, имеющих ценность для избирателя, являются одновременно и составной частью позитивного стереотипа мужчины. По причине референтности гендерных стереотипов утверждение мужского как эталона в политике означает делегитимацию женственности. Тенденция рассматривать женственность в качестве маркера тех качеств (эмоциональности, подчиненности, необъективности), которые воспринимаются скорее как препятствующие процессу управления, иллюстрируется тем обстоятельством, что ее нередко оз-

¹⁸⁴ Перипетии последней президентской кампании получили выражение в таком стихотворном шедевре: «Нам тут клоунов хватает / Типа Жириновского, / Эх, зачем ты, Ваня Рыбкин, / Лег под Березовского?» (Политусмешки // Советская Россия. 2004. 11 марта).

¹⁸⁵ Как подчеркивается в словаре гендерных терминов, эта метафора характеризует и отношения власти (*Кирилина А. В.* Гендерная метафора).

¹⁸⁶ Аргументы и факты. 2000. 18 янв. Другие примеры см.: *Riabova T., Riabov O.* Op. cit. Порой подобного рода оценки попадают даже на официальные сайты партий, например КПРФ; <http://www.cprf.info/redway/21009.shtml?print> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

вучивают и сами женщины¹⁸⁷, включая женщин-политиков. Так, столь известный политик, как экс-кандидат в президенты (избирательная кампания 2000 г.) Э. Памфилова, в телепрограмме «Короткое замыкание», посвященной проблеме «Может ли женщина быть президентом?», критикуя тезис о том, что «у политики в России мужское лицо», заявила буквально следующее: «Может быть, у политиков физиономии мужские, но политика в России далеко не мужская. Она часто истерично-бабья... не умная... Настоящая, в лучшем понимании, мужская политика должна быть иного качества»¹⁸⁸.

Вместе с тем можно выделить и другую тенденцию интерпретации женственности — акцентирование человечности, материнского милосердия женщин, их мудрости, отзывчивости, чувства долга. Подобные характеристики чаще всего связаны с представлениями об особенностях женского начала власти.

Дискуссии о специфике женского элемента власти имеют длительную историю¹⁸⁹. Самой известной и последовательной современной альтернативной концепцией власти, подразумевающей наличие особых женских ценностей, явилась феминистская концепция «обретения/осознания силы» (empowerment), сформулированная в 1980-х гг. При-

¹⁸⁷ Например, тележурналист М. Максимовская начала комментарий о послевыборном конфликте между двумя претендентками на кресло губернатора Петербурга со следующей фразы: «А теперь о том, как две женщины сражаются за власть и что из этого получается» (телепрограмма «Неделя», канал РЕН-TV, 13 сент. 2003 г.).

¹⁸⁸ Канал РТР, 26 марта 2003 г.

¹⁸⁹ Например, в средневековой интеллектуальной традиции, которая в целом скептически относилась к способностям женщины быть правительницей, признавалась ценность женского управления в приватной сфере, в семье. Особенности женского управления семьей видели в таких качествах женщины, как миролюбие, благожелательность, милосердие; женщину воспринимали как заступницу за домашних (детей, домочадцев, слуг) и считали ответственной за мир и согласие в семье (см.: *Рябова Т. Б.* Женщина в истории западноевропейского средневековья).

верженцы этой концепции полагали, что мужчины и женщины осуществляют власть по-разному и наиболее эффективное средство борьбы с патриархатом — не состязаться с мужчинами в доминировании, но привнести в теорию и практику власти женский элемент, женские ценности. Если мужчины предпочитают использовать власть-доминирование, контроль и принуждение других, то власть женщины — это власть коллективности, власть заботы и власть самоопределения¹⁹⁰. Такая власть менее конфронтационна и более ориентирована на сотрудничество¹⁹¹.

Насколько популярны среди избирателей подобные представления о позитивном влиянии женских ценностей на власть? Анализируя избирательные кампании в США, К. Ф. Кан показала, что более позитивно оценивают тех женщин-политиков, которые ставят себе на службу «традиционные женские ценности» и обсуждают «женские темы», репрезентируя себя добрыми, отзывчивыми, честными, заботливыми. И наоборот, с меньшей симпатией относятся к тем женщинам-политикам, которые состязаются в кампаниях, где акцентируются «неженские темы» (например, внешнеполитические вопросы)¹⁹².

¹⁹⁰ *Squires J. Gender in Political Theory. Cambridge, 1999. P. 39. См. также: Griscom G. L. Women and Power: Definition, Dualism, and Difference // Psychology of Women Quarterly. 1992. Vol. 16.*

¹⁹¹ См., напр.: *Кэрролл С., Зерилли Л. Феминистские вызовы политической науке // Гендерная реконструкция политических систем / Под ред. Н. М. Степановой, М. М. Кириченко, Е. В. Кочкиной. СПб., 2003. С. 901—903; Ruddic S. «Women of Peace»: Feminist Construction // The Women and War Reader. New York, 1988.*

¹⁹² *Kahn K. F. Political Consequences of Being Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns. New York, 1996. P. 1, 9—10, 14, 35—37, 41, 124—126. См. также: Iyengar S., Valentino N. A., Ansolabehere S., Simon A. F. Op. cit. P. 78, 99. Другая американская исследовательница, Д. Бистрем, и ее коллеги пришли к выводу, что картина здесь более сложная. Изучив 1400 предвыборных видеороликов, ученые заключили, что и мужчины, и женщины эксплуатировали в целом сходные образы, содержащие как стереотипно мужские характеристики (прежде всего сила, бойцовские качества, уверенность,*

Наши соотечественники, согласно данным опроса Левада-центра (2006 г.), считают, что если бы на ответственных постах в руководстве страной увеличилось количество женщин, то стало бы больше доброты, заботы о людях со стороны государства (37 % респондентов), больше порядка (30 %), меньше конфликтов, жестокого противостояния различных политических сил (24 %); вместе с тем 19 % респондентов ответили, что женщины-руководители привносят больше суеты и склок¹⁹³. Социологическое исследование О. А. Хасбулатовой (г. Иваново, 2000 г.) показало: опрашиваемые женщины втрое чаще, чем мужчины, полагали, что участие женщин в политике смягчит политический курс правительства в направлении достижения стабильности и согласия внутри страны¹⁹⁴. Опрос женщин — депутатов Верховного Совета (1991 г.), проведенный С. Крац, выявил сходную картину: почти половина респондентов были убеждены в существовании женского стиля в управлении, позитивными чертами которого они назвали стремление к компромиссу, коллегиальное принятие решений, прагматичность, чувство долга; негативными (их отмечали реже) — эмоциональность, субъективность, практичность, мелочность¹⁹⁵.

Проверяя тезис о том, насколько разделяемой является идея о позитивном влиянии женских ценностей на

агрессивность), так и оцениваемые позитивно стереотипно женские (понимание, отзывчивость, честность). При этом женщины несколько больше, чем мужчины, старались подчеркнуть в своем имидже жесткость и силу, а мужчины — понимание и отзывчивость, пытаясь, очевидно, тем самым компенсировать негативное воздействие на избирателей гендерных стереотипов (*Bystrom D. G. et al. Gender and Candidate Communication: VideoStyle, WebStyle, NewsStyle. New York, 2004. P. 15, 36—37, 41*).

¹⁹³ В чем женщины способнее мужчин?

¹⁹⁴ Хасбулатова О. А. Гендерные стереотипы в политической культуре: Специфика российского опыта // Женщина в российском обществе. 2001. № 3/4.

¹⁹⁵ Крац С. Взгляды женщин-парламентариев России на «женский вопрос»: (Результаты опроса женщин — депутатов Верховного Совета России 1991 г.) // Гендерная реконструкция политических систем. С. 469—470.

власть, мы предложили респондентам выбрать из списка те качества, которые, на их взгляд, привносят в политику женщины. Чаще всего назывались миролюбие (44,1 %), стремление к компромиссу (46,8 %), заботливость (29,5 %), ответственность (29,5 %), доброта, отзывчивость (27,7 %), терпеливость (25,8 %), разумность (24,7 %), порядочность (23,1 %), справедливость (21,0 %), суета (20,7 %), чувство долга (20,7 %), смена убеждений (15,4 %)¹⁹⁶. Очевидно, в данном случае отмечаются экспрессивные качества, причем те из них, которые оцениваются позитивно. Качества, которые, с одной стороны, воспринимаются как негативные, а с другой — как женские — пристрастность, невыдержанность — оказались в конце списка. Заметим, что честность, которую К. Ф. Канн оценивала как самую привлекательную для американских избирателей женскую черту (наряду с сострадательностью и добротой)¹⁹⁷, у наших респондентов получила всего лишь около 10 % голосов.

Еще раз зафиксируем, что и для гендерных отношений характерен ингрупповой фаворитизм. Женщины значительно чаще мужчин указывали, что представительницы их пола привносят в политику позитивные качества: справедливость (26,7 % женщин и 15,1 % мужчин), терпеливость (31,4 и 20 %), стремление к компромиссу (50,8 и 42,7 %), разумность (31,9 и 17,3 %), ответственность (35,1 и 23,8 %). В свою очередь, мужчины акцентируют истеричность (18,9 % против 9,4 % женщин), склочность (16,8 и 12,6 %), суету (25,9 и 15,7 %). Если женщины, предлагая свои варианты ответа, отмечали, что привносятся красота, стиль, «знание чисто женских проблем материнства и детства», то респонденты противоположного пола называли нерешительность, подковерную борьбу, самолюбование, желание денег.

Представления о специфике женского элемента власти прослеживаются и в оценках стилей управления.

¹⁹⁶ Далее шли склочность (14,6 %), истеричность (14,1 %), пристрастность (13,3 %), невыдержанность (10,9 %), честность (10,9 %), решительность (5,6 %), агрессивность (3,5 %).

¹⁹⁷ Kahn K. F. Op. cit. P. 32, 41.

Как показано в работах отечественных исследователей, большинство россиян (70,7 %) убеждены, что пол руководителя оказывает значительное влияние на стиль руководства¹⁹⁸. П. Джонсон в 1970-х гг. высказала предположение, что гендерные нормы диктуют женщинам особые способы осуществления власти: во-первых, в отличие от прямого, «мужского» воздействия, это преимущественно не прямые, манипулятивные способы влияния; во-вторых, это власть, связанная не с традиционными ресурсами принуждения и формальными санкциями (например, деньги, физическая сила), а с ресурсами воздействия на сферу межличностных отношений (женщина обещает дружеское расположение или лишает его, она умоляет, обдаёт холодом или демонстрирует равнодушие)¹⁹⁹. Данные социологических исследований подтверждают, в частности: подчиненные ждут от женщины лидерства, основанного на отношениях, а от мужчины — на обмене ресурсами и благами между менеджерами и подчиненными. Они оценивают женщин-руководителей как ориентированных на заботу о подчиненных, а мужчин — на конкретные задачи²⁰⁰.

3.2.2. Женский стереотип как фактор политической борьбы

Как эксплуатируются подобные представления о позитивном влиянии «женских ценностей» в политическом соперничестве? В работе К. Ф. Кан показывается, что претен-

¹⁹⁸ *Егорова Л. С., Степанова С. М.* Гендерные стереотипы в управлении. Иваново, 2004. С. 37—39.

¹⁹⁹ *Miller C. L., Cummins A. G.* An Examination of Women's Perspectives on Power // *Psychology of Women Quarterly*. 1992. Vol. 16. № 4. P. 416; *Lips H. M.* Sex and Gender: An Introduction. Mountain View, 1997. P. 360—363; *Friedman A. M., Tzukerman Y., Wienberg H., Todd J.* The Shift in Power with Age: Changes in Perception of the Power of Women and Men Over the Life Cycle // *Psychology of Women Quarterly*. 1992. Vol. 16. № 4. P. 519—522.

²⁰⁰ *Maher K.* Gender-Related Stereotypes of Transformational and Transactional Leadership // *Sex Roles*. 1997. Vol. 37. № 3/4; *Егорова Л. С., Степанова С. М.* Указ. соч.

дентки на высшие государственные должности в США, акцентирующие в своем имидже «женские» качества, обсуждающие «женские» проблемы и избегающие обсуждения проблем «мужских», имеют значительно больше шансов на победу в избирательной кампании²⁰¹.

Вопрос о распространенности и эффективности подобных стратегий в современной России — тема отдельного исследования²⁰²; мы хотим лишь отметить сам факт их использования. Так, апелляцию к «женским ценностям» представляет собой слоган «Понять и помочь», принадлежащий женщине — кандидату в местные органы власти (г. Иваново, избирательные кампании 2005 и 2008 гг.)²⁰³. Аналогичным образом могут быть расценены те штрихи к портрету кандидата К., которые содержатся в ее предвыборной листовке (г. Иваново, 2005 г.):

- Она человечная, совестливая, ее отличает порядочность, здравый смысл, беспокойное сердце;
- Она — островок нравственности в океане нынешней власти... цена таких людей измеряется умением сопротивляться безнравственности власти;
- Она — защитница по зову сердца, энтузиаст защиты незащищенных слоев населения, защитница детства. Это человек, который пытается помочь людям *реально*, не для галочки в отчете, а повинуюсь зову сердца

²⁰¹ Kahn K. F. Op. cit. P. 9—10, 14, 35—37, 41, 124—126.

²⁰² Л. Н. Попкова на материале выборов в местные органы власти в г. Самаре показала, что те женщины-политики, которые подчеркивали специфические интересы женщины, ее особую «миссию» в социальной и семейной политике, находили большую поддержку со стороны влиятельных политических сил, чем те, кто настаивал на том, что в политике нет и не может быть специфических женских интересов (Попкова Л. Н. Стратегии женского политического участия: (На примере выборов 1999 года в г. Самаре) // Гендерная реконструкция политических систем. С. 721, 723—724).

²⁰³ Приведем для сравнения предвыборный лозунг «Порядок и справедливость», который сопровождал кампанию кандидата-мужчины.

и отталкиваясь от большого опыта практической работы в социальной сфере...;

- К ней можно прийти даже за полночь, если большая беда. Любой человек, побывавший у нее на приеме, знает: его непременно выслушают и поймут. Таких депутатов и светлых людей мало²⁰⁴.

Другим показательным примером гендерных различий могут служить помещенные на двух соседних страницах одной из районных газет²⁰⁵ предвыборные обращения В. Путина, призывающего поддержать «Единую Россию», и Э. Пьехи, обращающейся с призывом отдать голоса за «Справедливую Россию» (ил. 7). Уже сами фотографии авторов, сопровождающие эти воззвания, убедительно, на наш взгляд, иллюстрируют стереотипные представления о различиях мужского и женского начал в политике. Текст В. Путина апеллирует к ценностям «сильной России», «великой России», текст Э. Пьехи — к ценностям России, заботящейся о каждом.

Собственно, уже первая политическая сила, организованная на основе гендерного принципа, — «Женщины России» — использовала эти представления: поиск согласия и консолидации во всех сферах жизни позиционировался как один из принципов ее деятельности²⁰⁶.

Подобные интерпретации специфики мужского и женского начал власти оказывают и позитивное, и негативное влияние на политическое участие женщин. С одной стороны, акцентирование отзывчивости женщин, их способности к компромиссу может быть для них полезным, например, при назначении на пост, связанный со сферой «женской компетенции». С другой стороны, представления о неиерархичности формы лидерства, отождествляемой с «женским стилем управления», ее тесной связи с заботой, коммуникативными способностями имеют для женщин-политиков и негативные результаты.

²⁰⁴ Надежды маленький оркестрик // Слово правды. 2005. 16 нояб.

²⁰⁵ Павловский металлист. 2007. № 134.

²⁰⁶ Лахова Е. Мой путь в политику. М., 1995. С. 192, 196.

2 ПМ Павловский металлист 29 ноября 2007 года

Победа Путина - Победа России

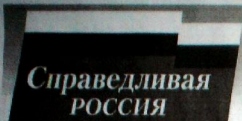
Дорогие друзья!
Я обращаюсь к вам, к единомышленникам, ко всем, кто хочет сделать Россию сильной и благополучной страной. Страной свободных и счастливых людей. Страной, открытой для честного диалога со всеми народами мира. 2 декабря в значительной степени решается судьба страны. Обязательно приходите на выборы и проголосуйте за «Единую Россию».

Ваша поддержка – нужна. Нужна, чтобы вместе с вами продолжить начатые преобразования. Чтобы в каждом городе, в каждом селе, на каждой улице, в каждом доме и в жизни каждого российского человека происходили перемены к лучшему. Чтобы люди в нашей стране были уверены в завтрашнем дне и жили достойно. Так, как и подобает гражданам великой России.

Спасибо! Я рассчитываю на вас.
В.ПУТИН.

2 декабря - выборы!

2 ДЕКАБРЯ – ВЫБОРЫ В ГОСДУМУ



**Справедливая
РОССИЯ**

РОДИНА ПЕНСИОНЕРЫ ЖИЗНЬ



старшего поколения, рисуют графики повышения пенсий, но только «Справедливая Россия» реально борется за решение проблем пенсионеров. Мы боремся с несправедливыми зарплатами и пенсиями, нерадивыми чиновниками, которые не помогают, а мешают жить людям. И сегодня эти чиновники препятствуют моим встречам с нижегородцами. Но я сильная, и готова, несмотря ни на что, бороться за Справедливость. Так давайте вместе, объединившись, скажем нет чиновникам и бюрократам, мешающим нам жить. Если вы хотите, чтобы Пыха, а также мои соратники – Сергей Мионов, Александр Вочкарен, Александр Косовские стали Вашими депутатами, голосуйте за партию «Справедливая Россия».

2 декабря состоятся выборы, и на избирательном участке Вам выдадут бюллетень. Наша с Вами партия – «Справедливая Россия» находится под номером 8. Всей своей душой я с этой партией, потому что Россия должна быть справедливой для каждого из нас. «Справедливая Россия» – это мы с Вами. Тепла, счастья и благополучия Вам и Вашему дому.

Пусть хранит нас Господь!
С искренним уважением,
**народная артистка СССР, кандидат в депутаты Государственной Думы РФ
Зина ПЫХА.**

Публикация оплачена из средств избирательного фонда Нижегородского регионального отделения Всероссийской политической партии «Справедливая Россия».

Дорогие мои!

Я обращаюсь к Вам потому, что мы с Вами люди одного поколения. Любя свою Родину, мы построили эту страну, не щадя своей жизни защитили ее от врагов, возводили фабрики и заводы, работали в полях и на фермах, воспитывали детей и внуков. Все, что есть в стране – это наша заслуга!!!

Сердце обливается кровью, когда я вижу, как люди, посвятившие жизнь Отечеству, живут в нищете. В благодарность за труд государство наградило нас пенсионерскими пенсиями, отказало в заслуженных пенсиях и мучает нас постоянным ростом цен на продукты, лекарства и ЖКХ.

Я родилась в семье шахтера. Когда мне было четыре года, отец умер от болезни, полученных в шахте. Я никогда не забуду доброту простых людей, которые не дали умереть нашей семье от голода. Все свои деньги я живу и пою для Вас, 50 лет выхожу на сцену. Я выступала для наших солдат в Афганистане, для людей, переживших

страшное землетрясение в армянском Спитяке.

Я никогда не занималась политикой, но несколько лет назад стала почетным членом «Российской партии Пенсионеров». Сегодня партия Пенсионеров объединилась с «Родиной» и партией ЖИЗНИ и получила название «Справедливая Россия: Родина/Пенсионеры/Жизнь».

Многие партии говорят о проблемах

Прежде всего одним из последствий такого «возведения на пьедестал» является низкий уровень представленности женщин на должностях, связанных с необходимостью демонстрации тех сфер компетентности и тех качеств, которые приписываются мужчине²⁰⁷. «Загадка женственности», о которой писала Б. Фридан, становится ловушкой для политической деятельности женщин²⁰⁸.

Далее, предписываемые женщине моральные качества — самоотверженность, самопожертвование, эмоциональность, мягкость, заботливость, преданность семье — являются, скорее, периферийными по сравнению с маскулинными — независимостью, автономией, индивидуализмом. Скажем, компетентность в политическом лидере ценится выше, чем отзывчивость и честность, поэтому проявление лишь «женских» качеств не позволяет женщине-политику бороться на равных.

Кроме того, атрибутирование мужчинам и женщинам принципиально разных методов управления создает для женщин своего рода прокрустово ложе, существенно ограничивая выбор средств, которыми те могут пользоваться, чтобы получить поддержку окружающих. Прямые методы влияния не только отождествляются с сильной властью и легитимностью лидера, но также считаются «мужскими». Те лидеры, которые предпочитают мягкие тактики влияния, расцениваются как слабые²⁰⁹. То, что женщинам-лидерам приписываются не прямые методы влияния, связанные с проявлением экспрессивных качеств, является знаком того, что они не обладают полнотой власти. Это снижает их легитимность и соответственно шансы в конкурентной борьбе с мужчинами-лидерами или с женщинами, которые используют прямые методы влияния. Поскольку гендерные сте-

²⁰⁷ Pittinsky T. L., Bacon L. M., Welle B. The Great Women Theory of Leadership: Perils of Positive Stereotypes and Precarious Pedestals // *Women and Leadership: the State of Play and Strategies for Change* / B. Kellerman, D. L. Rhode (Eds). San Francisco, 2007. P. 98.

²⁰⁸ Фридан Б. Загадка женственности. М., 1994.

²⁰⁹ Lips H. M. Op. cit. P. 364—365.

реотипы нормативны, то и сами женщины-политики все больше берут на вооружение этот стиль — начинает работать эффект самовыполняющегося пророчества²¹⁰.

Наконец, культивирование женщиной-политиком особого женского стиля управления, особых женских ценностей приводит к тому, что эти ценности и этот стиль управления еще раз маркируются как женские, не-мужские, что, во-первых, в силу отмеченного андроцентризма политической сферы понижает их легитимность и, во-вторых, способствует воспроизводству гендерных стереотипов, а в конечном счете приводит к закреплению гендерного неравенства в политике и в обществе в целом. Иными словами, получается своеобразный замкнутый круг: с одной стороны, достижению женщиной вершин политического Олимпа мешают гендерные стереотипы, а с другой — ее положение в политике, предполагающее занятие строго определенных сфер и использование строго определенных методов, эти стереотипы подтверждает.

Поскольку гендерные стереотипы возлагают на женщину ответственность за благополучие в межличностных отношениях, то те из женщин-лидеров, кто использует прямой, «мужской» лидерский стиль, воспринимаются как нарушители своих гендерных ролей и третируются как недостаточно женственные. В то время как мужчинам дозволяется применять самые различные формы влияния в зависимости от ситуации, женщинам предписываются менее агрессивные формы поведения²¹¹. Успех женщины, использующей прямые методы власти, нередко сопровождается сомнением в ее женственности как со стороны окружающих, так и с ее собственной стороны²¹².

²¹⁰ Pittinsky T. L., Bacon L. M., Welle B. Op. cit. P. 108.

²¹¹ Carli L. L., Eagly A. H. Gender, Hierarchy, and Leadership: an Introduction // Journal of Social Issues. 2001. Vol. 57. № 4; Ridgeway C. L. Gender, Status, and Leadership // Ibid.; Lips H. M. Op. cit. P. 360—362.

²¹² Lips H. M. Op. cit. P. 13, 352; М. Хейлман и Т. Окимото показали, что успешные женщины на «мужских» должностях, как правило, не вызывают симпатий окружающих на уровне межличност-

В практиках легитимации/делегитимации политика также включаются позитивный и негативный женские стереотипы, и мы можем наблюдать те же закономерности проявления их нормативности, способности выполнять функцию социального контроля. Нормативность гендерных стереотипов предполагает, что женщина должна быть женственной — подобно тому как мужчина должен быть мужественным. Вместе с тем следует учитывать, что наряду с общими есть и специфические черты такого рода практик, обусловленные андроцентризмом политической сферы: портрет «идеального политика» включает в себя по преимуществу маскулинные качества. Какие же качества должна демонстрировать женщина в политике: маскулинные или фемининные? Что происходит, когда она берет на вооружение мужские методы и проявляет мужские качества, нарушая тем самым нормы, заключенные в стереотипе женщины?

Отвечая на этот вопрос, прежде всего подчеркнем, что вовлечение маркеров маскулинности в характеристику женщин-политиков обладает той особенностью, что сторонниками и противниками они используются с разным значением.

С одной стороны, наделение женщины-политика качествами, ассоциируемыми с мужественностью, оценка ее поступков и характеристик как мужских направлены на ее легитимацию в качестве актора политической сферы, достойной соревноваться с мужчинами. Так, Э. Памфилова прокомментировала свое участие в президентских выборах 2000 г. следующим образом: «Выиграть было невозможно, многие мужики-политики ломались в той жесткой борьбе, мне хотелось показать, что не надо идти на поводу общественного мнения и бояться видимости поражения»²¹³.

ных отношений. Они нравятся окружающим лишь тогда, когда демонстрируют теплоту и отзывчивость, то есть соответствуют стереотипным представлениям (см.: *Pittinsky T. L., Bacon L. M., Welle B.* Op. cit. P. 102, 107).

²¹³ *Бессонов Д.* Элла Памфилова: «Главное в жизни — это любовь»: Интервью с Э. Памфиловой. <http://www.denisbessonov.ru/pamfilova.htm> (последнее посещение в феврале 2008 г.). Заметим,

Нередко для репрезентации Своих женщин-политиков привлекается маркер «настоящий мужчина». Подобного рода метафорическое использование данного маркера имеет цель прежде всего подчеркнуть обоснованность притязаний на власть. «Единственный мужчина в СПС» — такую оценку неоднократно получала И. Хакамада среди сторонников партии после решения выдвинуть свою кандидатуру на президентских выборах 2004 г.²¹⁴ Е. Ясин так объяснил свое мнение: «Хакамада оказалась единственным мужиком в демократических силах. Ирина — амбициозный политик, и она чувствует, что демократы на этих выборах необходимы. А СПС и “Яблоко” о едином кандидате договориться так и не смогли...»²¹⁵. Интересно, что несколько участников нашего социологического опроса в ответ на просьбу назвать «настоящих мужчин» на российском политическом Олимпе также прибегли к подобной метафоризации. Среди вариантов, предложенных самими респондентами, встречались имена И. Хакамады и Т. Яковлевой. Аналогичным образом характеризовались другие женщины-политики постсоветской истории (в частности, Г. Старовой-

что идея необходимости для женщины использовать в политической борьбе те приемы и проявлять те качества, которые свойственны мужчинам, имеет достаточно глубокие исторические корни. Уже в средневековой интеллектуальной традиции была популярна мысль о том, что поскольку «властвовать» — это не женское дело, постольку женщина может добиться успеха на поприще государственного управления лишь в том случае, если она преодолит несовершенство женской природы, ориентируясь на мужские добродетели (Рябова Т. Б. Женщина в истории западноевропейского средневековья). Ф. Адлер предложил называть «стремление женщин компенсировать свое несовершенство» за счет развития ими маскулинных качеств и соблюдения мужских правил игры термином «маскулинный протест» (см.: *Griscom G. L. Op. cit.*).

²¹⁴ См., напр.: www.lenta.ru. 30.12.2003. (последнее посещение в декабре 2003 г.). Напомним, что все остальные представители данной политической силы отказались от участия в тех президентских выборах.

²¹⁵ Власть. 2004. № 3. <http://www.hse.ru/prensa2002/?show=4982&selected> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

това, В. Новодворская, Ю. Тимошенко)²¹⁶. Вместе с тем следует принимать во внимание и другую, не столь явную функцию подобной оценки: тем самым происходит демаскулинизация всех мужчин — соратников данной женщины.

С другой стороны, при репрезентации Чужих женщин маркеры маскулинности выполняют функцию негативной санкции, обеспечивающей внешний социальный контроль. «Мужские черты» Чужих женщин интерпретируются как нарушение нормы: проявление женщиной качеств, традиционно приписываемых мужчине, равно как и выполнение маскулиных социальных ролей, может интерпретироваться противниками как мужеподобность. Вновь обратимся к фильму «Октябрь», который служит примером дефеминизации Чужих женщин (воинов «женского батальона» по ошибке принимают за мужчин; автор картины достаточно прозрачно намекает на нетрадиционную сексуальную ориентацию тех из них, которые не сдались большевикам). Девиантность строя — и социально-политического, и гендерного — и вытекающую из этого обреченность Врага демонстрирует уже сам факт защиты «прогнившего режима» «женским батальоном» (ил. 8)²¹⁷. «Не

²¹⁶ См., напр.: Вестник online. 2003. 11 июня. <http://www.vestnik.com/issues/2003/0611/win/polyanskaya.htm> (последнее посещение в феврале 2008 г.). Заметим, что подобная оценка имеет определенную традицию. Помимо примеров из прошлого, в новейшей истории она связана прежде всего с именем британского премьера М. Тэтчер, которую называли «единственным мужчиной» и в консервативной партии, и в Британии, и среди руководителей европейских государств; *Пидлуцкий О.* Маргарет Тэтчер: Железная леди, создавшая свой собственный «изм». <http://www.zerkalo-nedeli.com/nn/show/608/54056/> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

²¹⁷ Интерес представляет и карикатура, появившаяся в сатирическом журнале «Крокодил» в 1922 г. На ней изображение «женского батальона» также призвано проиллюстрировать чуждость политики самой женской природе: вовлеченность защитниц гибнущего буржуазного мира в водоворот политических событий объясняется пылкостью чувств, питаемых экзальтированными дамами к «душке Керенскому» (ил. 9).



8. Кадр из фильма «Октябрь»
(реж. С. Эйзенштейн)

столько мужественны, сколько мужеподобны» в оценке одного из авторов газеты «День»/«Завтра» «настырно-беспардонные женщины-деморосски»²¹⁸. Другой журналист, критикуя негативное отношение Е. Лаховой к патронатным семьям, обвиняет ее в том, что та «перестала быть женщиной и окончательно превратилась в депутата-единоросса»²¹⁹. Жесткость И. Хакамады приветствовалась в сочувствующей ей прессе и трактовалась как агрессивность в других изданиях²²⁰.

²¹⁸ Отмечая это, автор, женщина, пишет, что она «с позиций женственности» тоскует «по морали, чести, мужскому достоинству» (Леонова Н. Джоконда и Люцифер // День. 1993. 7—13 марта).

²¹⁹ Никонов А. Лахова перестала быть женщиной. <http://www.razgovor.org/special/article502/> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

²²⁰ Заметим, что подобного рода экспектации отнюдь не являются национальными особенностями российской политики. Так, демонстрация сильного характера С. Руаяль, кандидата в президенты Франции на выборах 2007 г., во время теледебатов с Н. Саркози была воспринята аудиторией негативно и расценена как проявление агрессивности; РИА «Новый регион».



9. Женский батальон
Крокодил. 1922

Итак, мы можем отметить амбивалентный характер вовлечения маскулинных маркеров в репрезентации женщин-политиков: помимо легитимации, они выполняют функцию делегитимации. Вместе с тем специфика эксплуатации женского стереотипа в политическом дискурсе заключается в том, что и акцентирование женственности также может быть формой делегитимации.

Говоря о способах делегитимации политика, отметим, что таковыми могут быть апелляции к достигаемым статусам (например, к профессиональной позиции). Кроме того, борьба за голоса избирателей включает в себя репрезентации персональных качеств политика и его поступков. В то же время аргументом становится и принадлежность политика к определенной социальной группе — скажем этнической или конфессиональной, которая мобилизует соответствующие стереотипы, включая приписывание каких-либо качеств на основании группового членства. Именно таким способом является и использование гендерных стереотипов. В данном

случае с целью делегитимации подчеркиваются не политические убеждения или организационный талант, не этничность или конфессия, но пол. По принадлежности политика к женскому полу делается вывод об ее качествах и тем самым и об ее способности выполнять ту или иную функцию. Согласимся, что сложно себе представить аналогичные рассуждения в отношении представителя противоположного пола — чтобы ставилась под сомнение его способность быть хорошим политиком только потому, что он мужчина.

Не удивительно, что акцентирование женственности политика — прием, который используется противниками ничуть не реже, чем сторонниками. В одном из выпусков «Советской России», вышедших в период избирательной кампании 2004 г., была опубликована частушка, посвященная И. Хакамаде, в которой все маркеры были связаны с описанием ее внешнего вида: прически, макияжа, аксессуаров: «Челка, тушь, очки, помада / Вот и вышла Хакамада»²²¹. Собственно, другой информации об этом политике, кроме подобного указания на ее пол, в данном издании в течение всей кампании практически не было.

Приведем еще один пример. В период президентской кампании во Франции сторонники Н. Саркози использовали следующий аргумент против С. Руаяль: «Нам не нужна фигура, которая меняет свои убеждения так же часто, как юбки»²²². Любопытно, что этот тезис был озвучен женщиной, министром обороны Франции М. Альо-Мари; тем самым, очевидно, подобной делегитимации придавалась дополнительная убедительность²²³. Следует подчеркнуть, что подобные практики

²²¹ Советская Россия. 2004. 6 марта

²²² Телепрограмма «Вести», канал РТР, 6 мая 2007 г.

²²³ Еще один любопытный аспект негативных репрезентаций женственности политического лидера также можно проиллюстрировать материалами данной президентской кампании. Незадолго до президентских выборов, по сообщениям информационных телепередач, был выпущен фильм «Роман с российским президентом», призванный показать, как возможная победа С. Руаяль может стать угрозой национальной безопасности для Франции (канал ОРТ, 4 марта 2007 г.). О том, как в национальном дискурсе

служат способом делегитимации не только данного политика, но и той политической силы, которую она представляет.

Однако и отсутствие женственности является негативной характеристикой политика: женщина должна не только демонстрировать маскулинные качества, связанные с лидерством, но и быть женственной и красивой, сочетать одновременно жесткость и мягкость. Сложность заключается в том, что женщина-политик оказывается перед своеобразной дилеммой. Либо, если она демонстрирует «женские» качества и тот стиль управления, который обычно ассоциируется с женщинами, она соответствует общепринятым нормам. Однако при этом ей предписываются те сферы политики (например, социальная защита), которые, как считают и рядовые избиратели, и те, кто формируют публичный дискурс, требуют проявления не жесткости, а отзывчивости. Либо, если ее характеристики и поведение не соответствуют гендерным стереотипам, она порицается как нарушительница социальной нормы, что симпатий со стороны избирателей не прибавляет²²⁴.

В качестве иллюстрации отметим роль в репрезентациях женщины-политика внешней привлекательности. Как женственные и привлекательные характеризовались такие политики современной России, как И. Хакамада, Э. Памфилова, В. Матвиенко²²⁵. Приведем типичный при-

женская сексуальность рассматривается в качестве угрозы национальной безопасности, см.: Рябов О. «Россия-Матушка».

²²⁴ Не случайно имиджмейкеры и политтехнологи полагают, что имидж женщины-политика выстроить трудно (Почепцов Г. Г. Имиджология. С. 646). Это, заметим, также соответствует стереотипному представлению о том, что женщина всегда должна оставаться женственной, какой бы «неженственный» вид деятельности она себе ни избрала.

²²⁵ Например, тема женственности В. Матвиенко появляется при характеристике и ее внешности («современная, умная и красивая женщина»), и ее политического поведения. Она «по-женски эмоциональна» в своей критике федерального центра; «по-женски» наводит порядок в Смольном после правления своего предшественника; просит жителей ходить опрятными перед сам-

мер: «Ирина Хакамада — женщина, исключительная во всех смыслах, во всех отношениях. Действительно умная и действительно красивая женщина. Рядом с Хакамадой даже противники смотрят не на микрофон, а на нее»²²⁶. Ресурс женственности и сексуальности активно использует в своих репрезентациях украинский политик Ю. Тимошенко. Вместе с тем ее женская привлекательность получает и иную интерпретацию, играя чаще на руку политическим оппонентам, чем сторонникам. Например, при описании официальных переговоров В. Путина и Ю. Тимошенко акцент многими изданиями делался именно на внешней привлекательности премьер-министра, но при этом сторонники восхищались тем, как она очаровала президента²²⁷, а в дискурсе ее противников кокетство, сексуальные наряды интерпретировались как не вполне достойные, но простительные для женщины приемы воздействия на оппонента, которые иллюстрируют ее женскую слабость и тем самым превосходство политика-мужчины²²⁸. Когда Ю. Тимошенко потерпела поражение в попытках стать премьер-министром, ее оппоненты вышли

митом «большой восьмерки»; «по-женски чутко реагирует на просьбы и пожелания женщин»; признается, что использует в интересах дела свое преимущество «по-женски нажать на тонкие струны, разжалобить, чтобы добыть деньги для стариков» и т. д.; см., напр.: Смена. 2003. 14 окт. <http://smena.ru/news/2003/10/14/1125/> (последнее посещение в феврале 2008 г.); <http://www.rosmetal.ru/modules.php?name=News&file=print&sid=1871> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

²²⁶ Лесин Е. Женщина, исключительная во всех отношениях // Независимая газ. 2003. 4 нояб.

²²⁷ Такие интерпретации появляются прежде всего на украинских информационных сайтах. См., напр.: Лебедев В. Вооружена и прекрасна // Статус: економічні відомості. 11.03.2003 г. <http://status.net.ua/all/material/617453> (последнее посещение в феврале 2008 г.).

²²⁸ Зачарованные газом // Росбалт. 26.02.2008 г. <http://www.rosbalt.ru/2008/3/22/459521.html> (последнее посещение в феврале 2008 г.).



10. Плакат «Юля, не плачь!
Зато ты красивая»
<http://cmc.com.ua>

на улицы Киева с плакатом: «Юля, не плачь! Зато ты красивая» (ил. 10)²²⁹, актуализируя одно из стереотипных представлений, согласно которому для женщины главное — вовсе не политика. «Утешая» таким образом своего политического противника, авторы плаката и делегитимировали «оранжевую принцессу», и феминизировали ту политическую силу, которую та возглавляет. В связи с этим нельзя не признать справедливость замечания К. Кон: в политике очень «сложно быть женственной и легитимной одновременно»²³⁰.

²²⁹ Телепрограмма «Вести-РТР». 11 июля 2006 г.; см. также: http://cmc.com.ua/full/articles/NE_RASSTRA.html (последнее посещение в феврале 2008 г.).

²³⁰ Cohn C. Op. cit. P. 238.

МУЖСКОЙ И ЖЕНСКИЙ СТЕРЕОТИП В ПОЛИТИКЕ И ПРОБЛЕМА ГЕНДЕРНОГО НЕРАВЕНСТВА

Вместо заключения

«Он русский, и это многое объясняет» — эта фраза из фильма Н. Михалкова «Сибирский цирюльник» иллюстрирует механизм социальной каузальной атрибуции, приписывания характеристик на основании групповой принадлежности.

В своем исследовании мы попытались понять, как на политические предпочтения избирателей и на публичный политический дискурс влияют гендерные стереотипы, как с помощью последних в стране с высоким уровнем образования женщин и с традиционно высокой оценкой женственности легитимируются представления о том, что политика — не женское дело. Ответ на этот вопрос, мы полагаем, поможет выяснить механизмы поддержания гендерного неравенства в обществе.

Гендерные стереотипы не только информируют о типичных чертах различных социальных групп и дают им оценку, но и выполняют значимые социальные функции: поддерживают социальные институты, обеспечивают социально приемлемое поведение индивидов, выступая тем самым формой социального контроля, способствуют интеграции социальных групп (а в ряде случаев и общества в целом).

Не менее важным для воспроизводства социального порядка является то, что социальные стереотипы, и в наиболее очевидной форме стереотипы гендерные, устанавливают отношения власти/подчинения; они являются тем культурным фактором, который легитимирует неравенство полов. В итоге оно кажется естественным.

В политической сфере функция гендерных стереотипов, связанная с иерархизацией и установлением власт-

ных отношений, проявляется особенно явно, поскольку власть воспринимается как мужское. Маскулинность и ее характеристики (активность, решительность, стремление к победе, уверенность, сила, независимость, жесткость, смелость и др.), с одной стороны, отождествляются с властью, с другой — оцениваются в системе координат власти выше, чем фемининность.

Не удивительно поэтому, что гендерные стереотипы используются избирателями для оценки политиков. При этом можно выявить отчетливую тенденцию маскулинизации Своих политиков и демаскулинизации Чужих. Симпатии к Своим политикам порождают не только представления об их решительности, силе, справедливости, но и убежденность в их мужественности. Стереотипные представления о женственности или отсутствии мужественности актуализируются через приписывание политическому противнику «женских» качеств (прежде всего несамостоятельности, слабости, нетвердости взглядов, нерешительности), через сравнение его качеств с женскими или через отказ ему в обладании качествами мужскими, «нормальными».

Подобные оценки циркулируют не только на уровне рядового избирателя, они становятся фактором политических баталий. Контент-анализ президентской избирательной кампании 2004 г. показал, что маскулинизация Своих и демаскулинизация Чужих является достаточно распространенным приемом внутривнутриполитической борьбы; с помощью гендерных маркеров оценивается легитимность власти (или претензий на власть) Своих и Чужих политиков.

Мужественностью и женственностью наделяются политические партии: при этом избиратели не только уверенно определяют пол партии, что, казалось бы, сделать невозможно, но и приписывают партиям соответствующие черты стереотипа мужчины и женщины.

Ранжирование в политической сфере способствует иерархизации субъектов политического процесса, обозначаемых с помощью мужских и женских маркеров, а также установлению отношений власти и подчинения. И таким образом гендерные стереотипы выступают в роли ресурса

политической власти. Иерархия маскулинности и фемининности в политической сфере влечет за собой реальное социальное неравенство мужчин и женщин.

Однако гендерные стереотипы принимают участие в организации социальных отношений не только между полами, мужчинами и женщинами, но и внутри полов, что также становится фактором политической борьбы. Наши респонденты ранжировали политиков в соответствии со своими представлениями о маскулинности: одни оказывались более мужественными, другие — менее. При этом фактор политических симпатий опрашиваемых оказался не единственным. Степень атрибутирования мужественности связана и с позицией, занимаемой политиком во власти. Президент В. Путин получил высокий балл по шкале мужественности не только у сторонников «Единой России», но и у приверженцев всех других партий. Логично предположить, что оценка избирателями мужественности Д. Медведева, которая в соответствии с данными нашего опроса ниже оценок по этому показателю многих других политиков, возрастет вскоре после его избрания — если не за счет того, что его признают полностью Своим, то, как минимум, за счет фактора обладания властью.

С помощью гендерных стереотипов обозначаются не только субъекты политического процесса, но и вся политическая сфера: она маркируется как преимущественно мужская. Одним из очевидных следствий этого является приписывание мужчинам и женщинам разных областей компетентности: внешняя политика, армия, бизнес считаются в основном делом мужчин, социальная защита, здравоохранение, образование — делом женщин. В этом проявляется воздействие одного из основных стереотипных представлений, согласно которому мужчине и женщине отводятся соответственно публичная и приватная сферы ответственности.

Наконец, отметим, что политика не только использует гендерные стереотипы, но и подтверждает или корректирует их. Политические силы активно участвуют в формировании новых значений и оценок женственности и мужественности и берут их на вооружение в борьбе с политическим

противником. С Б. Ельциным и В. Путиным продвигались разные модели маскулинности. Очевидно, в гегемонный тип маскулинности будут внесены поправки в течение срока президентства Д. Медведева. Тем самым политическая сфера является фактором поддержания гендерного порядка в обществе и социального порядка в целом. Утверждение новой маскулинности идет рука об руку с формированием новой российской идентичности.

Придание такой значимости в политической сфере маскулинности и ее составляющим ведет к вытеснению из этой сферы женщин. Приписываемые женщине позитивные моральные качества — заботливость, самоотверженность, самопожертвование, мягкость, преданность семье и т. д., — несмотря на их высокую оценку, ценятся в политическом лидере ниже, чем компетентность, независимость, автономность, индивидуализм, приписываемые мужчинам.

Возможно ли преодолеть гендерные стереотипы и тем самым устранить одну из важнейших причин социального неравенства полов?

Согласно контактной гипотезе, которая становится популярной в рамках когнитивных подходов начиная с 1950-х гг., стереотипы разрушаются в том случае, если в ходе личного контакта индивида с представителем стереотипизируемой группы у него появляется информация, противоречащая той, которая содержится в стереотипе (одним из первых это предположил Г. Олпорт¹). Современные приверженцы когнитивных подходов на материале эмпирических исследований также показывают, что стереотипы могут изменяться от неподтверждающей их информации².

¹ Allport G. The Nature of Prejudice. New York, 1954. P. 267.

² Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C. Stereotyping and Social Reality. Oxford, 1994. P. 73. См. также: Hewstone M. Changing Stereotypes with Disconfirming Information // Stereotyping and Prejudice: Changing conceptions / D. Bar-Tar, C. F. Graumann, A. W. Kruglanski, W. Stroebe (Eds). Berlin; New York, 1989; Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. New York, 2004. P. 382. В получившей широкую известность статье «За пределами контакт-

Критика контактной гипотезы в рамках когнитивных подходов и извне сводилась к сомнению, будут ли исчезать стереотипы при тесном общении стереотипизируемой и стереотипизирующей группы. Например, совместное сосуществование мужчин и женщин не имеет своим следствием исчезновение гендерных стереотипов. Кроме того, стереотипы тесно взаимосвязаны с другими элементами ценностно-нормативной системы: изменение стереотипов сопряжено с изменением системы в целом. Наконец, при контакте информацию о члене группы, не соответствующую стереотипам, нередко интерпретируют не как свидетельство ложности стереотипов, а как исключение из общего правила, сам же стереотип при этом не меняется.

Г. Тэджфел, с работ которого началось изучение социальных аспектов стереотипизации, полагал, что поскольку стереотипы являются результатом не только когнитивных процессов, но и специфики межгрупповых отношений, то пути их изменения лежат в изменении отношений между субъектом и объектом стереотипизации³.

В последней трети XX века, ознаменовавшегося активной борьбой с расовыми, этническими и гендерными предрассудками, предлагалось немало стратегий преодоления негативных стереотипов. Одна из них была разработана в рамках когнитивных подходов. Макки и его коллеги считали, что поскольку в ходе стереотипизации отдельные события и характеристики часто вырываются из контекста, то следует воздействовать на процесс получения и интер-

ной гипотезы: теоретические проблемы десегрегации» (М. Брюйер, Н. Миллер, 1984) подчеркивалось, что за рамки стереотипов позволит выйти «персонализация» — обсуждение людьми из разных групп своих интересов, ценностей, взглядов друг с другом.

³ *Dovodio J. F., Brigham J. C., Johnson B. T., Gaertner S. L. Stereotyping, Prejudice and Discrimination: Another look // Stereotypes and Stereotyping / C. N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (Eds). New York, 1996. P. 307.*

претации человеком информации, обеспечивая ему все необходимые сведения.

Другая популярная стратегия, рекомендуемая жертвам дискриминируемых групп для преодоления последствий негативной стереотипизации, — представить объект стереотипизации в какой-либо другой роли⁴. Применительно к теме нашего исследования это можно проиллюстрировать так: женщина-политик должна избегать того, чтобы ее постоянно хвалили как женщину и подчеркивали, что она женщина. Гораздо лучше, если ее будут сравнивать с политическими соперниками на основании какого-либо другого критерия (образование, квалификация, опыт работы).

Еще одной стратегией жертв стереотипизации может быть приписывание своей группе особых позитивных ценностей⁵, что нередко становится весьма полезной тактикой (например, акцентирование женщинами-политиками особой компетентности женщин в социальной сфере во время политических кампаний).

Ученые предлагали и другие стратегии преодоления (полного или частичного) негативного воздействия стереотипизации женщин (равно как и других групп, являющихся объектом стереотипизации)⁶. Заметим, что практически в каждой из рекомендаций исследователей подчеркивается роль в усвоении стереотипов агентов и институтов социализации, прежде всего СМИ.

Таким образом, повлиять на негативную стереотипизацию возможно, но полностью преодолеть негативные стереотипы очень сложно. Особенно устойчивыми являются стереотипы, отражающие ситуацию группового конфликта, и стереотипы групп, основанных на предписанном социальном статусе, который нельзя изменить (к числу таких статусов относится и пол).

⁴ Eberhardt J. I., Fiske S. T. Motivating Individuals to Change: What is a target to do // *Stereotypes and Stereotyping*. P. 397.

⁵ Ibid. P. 383.

⁶ См., напр.: Ibid. P. 397; Bar-Tal J. Can Leader Change Follower's Stereotypes? // *Stereotyping and Prejudice*. P. 235—236.

Система значений, скрытая в культуре под понятиями мужского и женского, — одна из важнейших причин гендерного неравенства. Наше исследование показало, что использование гендерных стереотипов влечет за собой снижение легитимности женственности в политической сфере и, как следствие, возможностей женщин участвовать во власти, что выступает проявлением гендерного неравенства в обществе. Разумеется, эксплуатация в политическом дискурсе гендерных стереотипов чаще всего не преследует сознательную цель дискредитации женщин-политиков.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С.* Социологический словарь. Казань, 1997.
- Агеев В. С.* Межгрупповое взаимодействие: Социально-психологические проблемы. М., 1990.
- Агеев В. С.* Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов // *Вопр. психологии.* 1987. № 2.
- Агеев В. С.* Психологическое исследование социальных стереотипов // Там же. 1986. № 1.
- Аджиева М. С.* Кавказ и кавказцы в восприятии ивановцев // *Границы: Альм. Центра этнических и национальных исследований ИвГУ.* Иваново, 2007. Вып. 1. Этническая ситуация в Ивановской области.
- Адорно Т.* Авторитарная личность // *Психология и психоанализ власти / Под ред. Д. Я. Райгородского.* Самара, 1999. Т. 1.
- Ажгихина Н.* Гендерные стереотипы в современных масс-медиа // *Гендерные исследования.* № 5 (2000).
- Айвазова С. Г.* Проблемы гендерного равенства и политический процесс в России XX века // *Гендерные аспекты политической социологии: Учеб. пособие / Под ред. С. Г. Айвазовой, О. А. Хасбулатовой.* М., 2004.
- Айвазова С. Г.* Русские женщины в лабиринте равноправия. М., 1988.
- Айвазова С., Кертман Г.* Мы выбираем, нас выбирают: Гендерный анализ парламентских и президентских выборов 2003—2004 годов в России. М., 2004.
- Айвазова С. Г., Кертман Г. Л.* Мужчины и женщины на выборах: Гендерный анализ избирательных кампаний 1999 и 2000 гг. в России. М., 2000.
- Альчук А. А.* Метаморфозы образа женщины в русской рекламе // *Гендерные исследования.* № 1 (1998).
- Андреева Г. М.* О «социологизации» социальной психологии в XX столетии // *Социол. журн.* 2003. № 2. <http://sj.obliq.ru/article/546> (последнее посещение в январе 2008).
- Аргунова В. Н.* Социальная справедливость: Социологический анализ: Дис. ... д-ра социол. наук. СПб., 2005.

- Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры / Под ред. Н. Д. Арутюновой. М., 1990.
- Базаров Т. Ю., Кузьмина М. Ю. Процессы социальной идентичности в организациях // Центр кадровых технологий, XXI век: Управление персоналом. <http://hr.cpt21.ru/practicum/pub/teachers/31> (последнее посещение в феврале 2008 г.).
- Барабан Е. В. В меру упитанный и в полном расцвете сил // О муже(N)ственности / Под ред. С. А. Ушакина. М., 2002.
- Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.
- Барсукова С. Ю. Специфика женского предпринимательства // Социс. 1999. № 8.
- Барчунова Т. В. Вариации в ж-миноре на темы газеты «Завтра» // Потолок пола. Новосибирск, 1998.
- Баскакова М. Е. Равные возможности и гендерные стереотипы на рынке труда. М., 1998.
- Батлер Дж. Юдифь и ее новая привязанность: Психика власти: теории субъекции. Харьков; СПб., 2002.
- Башкирова Е. И., Лайдинен Н. В. Каким видят россияне президента // Социс. 2000. № 5.
- Баязитов Р. Ф. Авторитарный стереотип: Сущность и проявление в социальных взаимодействиях. Нижнекамск, 2006.
- Бендас Т. В. Гендерные исследования лидерства // Вопр. психологии. 2000. № 1.
- Бердяев Н. А. Судьба России: Опыты по психологии войны и национальности. М., 1990. (Репринт. изд.).
- Боренстейн Э. Ах, «Андрюша», нам ли быть в печали...: Национализм современных мужских журналов // О муже(N)ственности.
- Бурдые П. Начала. М., 1994.
- Ванина О. Н. Исследование феномена социального стереотипа: Социально-психологический и социологический подходы // Приволжский соц. вестн. <http://www.vis.ru/socio.nsf>. (последнее посещение в январе 2008).
- Варданян Р. А. Демография, общественное мнение и различия в электоральном поведении женщин и мужчин // Гендерная реконструкция политических систем / Под ред. Н. М. Степановой, М. М. Кириченко, Е. В. Кочкиной. СПб., 2003.
- Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избр. произведения. М., 1990.

- Воронина О. А. Женщина и социализм: Опыт феминистского анализа // Феминизм: Восток. Запад. Россия / Под ред. М. Т. Степанянц. М., 1993.
- Воронина О. А. Проблемы эротики и порнографии в СМИ // Женщина и визуальные знаки / Под. ред. А. Альчук. М., 2000.
- Воронина О. А. Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ // Знамя. 1999. № 2.
- Воронина О. А. Феминизм и гендерное равенство. М., 2004.
- Воронцова Е. О., Рябов О. В. Представления ивановцев о Родине и Отечестве // Границы.
- Гаджиев К. С. Политическая наука. М., 1995.
- Гапова Е. Гендерные политики в национальном дискурсе // Гендерные исследования. № 2 (1999).
- Гапова Е. О гендере, нации и классе в посткоммунизме // Там же. № 13 (2005).
- 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.
- Гендерная интеграция: Возможности и пределы социальных инноваций / Ред.-сост. О. Б. Савинская, Е. В. Кочкина, Л. Н. Федорова. СПб., 2004.
- Гендерные стереотипы в прошлом и настоящем / Под ред. И. М. Семашко. М., 2003.
- Гендерный подход в деятельности государственных и муниципальных служащих: Учеб. пособие / Под ред. О. А. Хасбулатовой. Иваново, 2007.
- Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. М., 2005.
- Гнедаш А. А. Политико-административные элиты постсоветской России: Гендерное измерение: (По материалам экспертного опроса в Краснодарском крае) // Новые направления политической науки / Под ред. С. Г. Айвазовой, С. В. Патрушева. М., 2007.
- Горошко Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма. М.; Харьков, 2003.
- Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. М., 2004.
- Грошев И. В. Образ пола в рекламе // Журн. прикл. психологии. 1999. № 1.
- Гюнтер Х. Поющая родина: (Советская массовая песня как выражение архетипа матери) // Вопр. лит. 1997. № 4.

- Данилова О. А.* Гендерный аспект дискурса власти // Гендерные исследования в гуманитарных науках: современные подходы: Материалы междунар. науч. конф., Иваново, 15—16 сент. 2000 г. Иваново, 2000. Ч. 3. История, язык, культура.
- Дилигенский Г. Г.* Социально-политическая психология. М., 1994.
- Дмитриева И. В.* Формирование гендерных стереотипов в средствах массовой коммуникации: Дис. ... канд. полит. наук. М., 2002.
- Досина Н. В.* Проблема демократизации общества в контексте глобальных изменений в гендерных исследованиях // Новые направления политической науки.
- Дубин Б. В.* Спорт, культ и культура тела в современном обществе: Заметки к исследованию // Дубин Б. В. Интеллектуальные группы и символические формы: Очерки социологии современной культуры. М., 2004.
- Дуброва О. А.* Образ женщины в политике: Институциональный, нормативный и функциональный анализ: Дис. ... канд. полит. наук. Ростов н/Д, 2002.
- Дурдин Д. М.* «Образ» политического лидера и возможности его изменения // Полис. 2000. № 2.
- Егорова Л. С., Степанова С. М.* Гендерные стереотипы в управлении. Иваново, 2004.
- Елистратов А. А.* Военная лексика в языке спорта // Рус. речь. 2005. № 2.
- Ерофеева Н.* Личностные качества мужчины-руководителя // Нар. образование. 1999. № 10.
- Жеребкин С.* Femina Postsovietica: Гендерные стереотипы в украинской политике и литературе // Femina Postsovietica: Украинская женщина в переходный период: от социальных движений к политике / Под ред. И. Жеребкиной. Харьков, 1999.
- Жириновский В.* Рожать! М., 2006.
- Жириновский В. В.* Сексуально-политическая ориентация // Жириновский В. В. Любимая Родина. М., 1997.
- Журженко Т.* Старая идеология новой семьи: Демографический национализм России и Украины // Семейные узы: Модели для сборки / Под ред. С. Ушакина. М., 2004. Кн. 2.
- Зазыкин В. Г., Белоусова И. Э.* Психологические характеристики эффективного политического имиджа. М., 1999.
- Замфир Е. И.* Гендерные стереотипы русской традиционной культуры: Дис. ... канд. культуролог. наук. СПб., 2005.
- Здравомыслов А. Г.* Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве. М., 1997.

- Здравомыслова Е. А., Темкина А. А.* Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период: Сб. науч. ст. СПб., 1996. <http://www.a-z.ru/women/texts/zdrd.htm>. (последнее посещение в январе 2008 г.).
- Здравомыслова Е. А., Темкина А. А.* Кризис маскулинности в позднесоветском дискурсе // О муже(Н)ственности.
- Здравомыслова Е. А., Темкина А. А.* Социальное конструирование гендера: феминистская теория // Введение в гендерные исследования: Учеб. пособие / Под ред. И. А. Жеребкиной. Харьков; СПб., 2001. Ч. 1.
- Иванова Е.* Гендерные исследования в психологии // Там же.
- Ильин М. В., Мельвиль А. Ю.* Власть // Полис. 1997. № 6.
- Имидж женщины-лидера* / Под ред. О. А. Хасбулатовой. Иваново, 1998.
- Ирхин Ю. В.* Социология культуры. М., 2006.
- Йоргенсен М., Филипс Л.* Дискурс-анализ: теория и метод. Харьков, 2004.
- Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием. М., 2004.
- Кертман Г. Л.* Гендерные различия в политическом сознании и поведении российских граждан // Гендерные аспекты политической социологии.
- Киммел М.* Гендерное общество. М., 2006.
- Кирилина А. В.* Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999.
- Кирилина А. В.* Гендерная метафора // Словарь гендерных терминов / Под ред. А. А. Денисовой. М., 2002.
- Кирилина А. В.* Манифестация гендерных стереотипов в российской прессе: журналистская и читательская перспектива // Genderforschung in der Slawistik: Beiträge der Konferenz Gender — Sprache — Kommunikation — Kultur, 28.04.—01.05.2001. Wien; München, 2002. (Wiener slawistischer Almanach; Sbd. 55).
- Кирилина А. В.* Проблемы гендерного подхода в изучении межкультурной коммуникации // Гендер как интрига познания / Под ред. А. В. Кирилиной. М., 2002.
- Кирилина А., Томская М.* Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. 2005. № 2. http://magazines.russ.ru/oz/2005/2/2005_2_7.html (последнее посещение в феврале 2008 г.).
- Кириллина В. Н.* Гендерный конфликт как фактор социокультурного развития: Дис. ... д-ра филос. наук. М., 2004.

- Клецина И. С.* Гендерная идентичность и права человека: психологический аспект. <http://www.strategy-spb.ru/portal/files/kletsina.doc> (последнее посещение в марте 2008 г.).
- Клецина И. С.* Гендерная социализация. СПб., 1998.
- Клецина И. С.* Психология гендерных отношений: Теория и практика. СПб., 2004.
- Клецина И. С.* Самореализация личности и гендерные стереотипы // Психологические проблемы самореализации личности. СПб., 1998. Вып. 2.
- Клименкова Т. А.* Женщина как феномен культуры: Взгляд из России. М., 1996.
- Климова С. Г., Якушева Т. В.* Образы политиков в представлениях россиян // Полис. 2000. № 6.
- Кобозева И. М.* Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестн. МГУ. Сер. 9, Филол. науки. 2001. № 6.
- Коломинский Я. Л., Мелтсас М. Х.* Ролевая дифференциация пола у дошкольников // Вопр. психологии. 1985. № 3.
- Кон И. С.* Психология предрассудка: (О социально-психологических корнях этнических предубеждений) // Новый мир. 1966. № 9.
- Кон И. С.* Психология половых различий // Вопр. психологии. 1981. № 2.
- Кон И. С.* Материнство и отцовство в историко-этнографической перспективе // Советская этнография. 1987. № 6.
- Кон И. С.* Российский мужчина и его проблемы // Меняющиеся мужчины в меняющемся мире. Сексология: Персональный сайт И. С. Кона. http://sexology.narod.ru/publ018_4.html (последнее посещение в марте 2008 г.).
- Кон И. С.* Сексуальная культура в России: Клубничка на березке. М., 2005.
- Коннелл Р.* Маскулинности и глобализация // Введение в гендерные исследования. Ч. 2.
- Константинова В.* Гендер и политика: Механизм продвижения женщин на высокие посты в общественной жизни. М., 1997.
- Константинова В. Н.* Факторы, ограничивающие реализацию политических прав женщин: (На примере исследований в г. Рыбинске) // Гендерная реконструкция политических систем.
- Корчагина И. Л.* Парадоксы души русской женщины. М., 1997.
- Котлова Т. Б., Рябова Т. Б.* Библиографический обзор исследований по проблемам гендерных стереотипов // Женщина в российском обществе. 2001. № 3/4.

- Кочкина Е. В.* Женщины в российских органах власти // Обществ. науки и современность. 1991. № 1.
- Кочкина Е. В.* Политическая система преимуществ для граждан мужского пола в России (1917—2002) // Гендерная реконструкция политических систем.
- Кочкина Е. В.* Разработка феминистской политологической концепции: изменяющаяся политическая роль женщины и пересмотр теории политики // Женщина и культура. М., 1998.
- Кочкина Е. В., Кириченко М. М.* Дестабилизация политических предписаний полу: Введ. // Гендерная реконструкция политических систем.
- Кравченко Е. И.* Мужчина и женщина: Взгляд сквозь рекламу: (Социологические мозаики Эрвина Гоффмана) // Социс. 1993. № 2.
- Красильникова О. В.* Политические предпочтения возрастных групп // Социс. 2000. № 9.
- Крац С.* Взгляды женщин-парламентариев России на «женский вопрос»: (Результаты опроса женщин — депутатов Верховного Совета России 1991 г.) // Гендерная реконструкция политических систем
- Кудряшова Е. В., Кукаренко Н. Н.* Политическое участие женщин в Архангельской области // Там же.
- Кэрролл С., Зерилли Л.* Феминистские вызовы политической науке // Там же.
- Лахова Е.* Мой путь в политику. М., 1995.
- Ледяев В. Г.* Власть: Концептуальный анализ. М., 2001.
- Лимонов Э.* Лимонов против Жириновского. М., 1994.
- Липпман У.* Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М., 2004.
- Лисичкин Г.* Ловушка для реформаторов // Октябрь. 1999. № 7.
- Лисовский С. Ф.* Политическая реклама. М., 2000.
- Ломова Т. Е.* Стереотипы в гендерных установках современной российской молодежи: Дис. ... канд. культурол. наук. Владивосток, 2004.
- Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. М., 2003.
- Малкин Е., Сучков Е.* Основы избирательных технологий. М., 2002.
- Марченко Т. А.* Женщины в элите России (начало 1990-х г.) // Гендерная реконструкция политических систем.
- Медведева С. М.* Проблема политического стереотипа в зарубежной политической психологии. М., 2005.

- Ментальность* россиян: Специфика сознания больших групп населения России / Под ред. И. Г. Дубова. М., 1997.
- Месснер М. Маскулинность и профессиональный спорт // Антология гендерной теории. М., 2000.
- Метелкина Ю. С. Социальные стереотипы: Процессы формирования, виды и использование в политике: (Информационный подход): Дис. ... канд. социол. наук. Новосибирск, 2002.
- Меренков А. В. Социология стереотипов. Екатеринбург, 2001.
- Митина О. В., Петренко В. Ф. Кросскультурное исследование стереотипов женского поведения (в России и США) // Вопр. психологии. 2000. № 1.
- Митина О. В., Петренко В. Ф. Россиянки и американки: стереотипы поведения: (Психосемантический анализ) // Социс. 2001. № 8.
- Мирошниченко А. Выборы: от замысла до победы. М., 2003. <http://izbass.narod.ru/teh-women3.htm> (последнее посещение в феврале 2008 г.).
- Михель Д. Мужчины и мальчики на поле боя // Гендерные исследования. № 6 (2002).
- Московская А. А. Стереотипы или конкуренция?: Анализ некоторых гендерных предпочтений работодателей // Социс. 2002. № 3.
- Мошненко В. В. Проблемы и факторы формирования женского политического лидерства: Дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д., 2004.
- Налчаджян А. А. Этнопсихология. СПб., 2004.
- Новикова И. Мужественность и война // Центр гендерных исследований: Центральнo-Азиатская сеть. http://www.genderstudies.info/man/man_resech4.php (последнее посещение в апреле 2007 г.).
- Новикова И. Репрезентации мужественности и войны в советских и российских кинофильмах // Гендерные исследования. № 6 (2001).
- Образы власти в постсоветской России / Под. ред. Е. Б. Шестопа. М., 2004.
- Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. М., 2001.
- Парсонс Т. Система современных обществ / Под ред. М. С. Ковалевой. М., 1998.
- Пидлуцкий О. Маргарет Тэтчер: Железная леди, создавшая свой собственный «изм». <http://www.zerkalo-nedeli.com/nn/show/608/54056/> (последнее посещение в апреле 2006 г.).

- Пищева Т. Н.* Затрудненное общение: Барьеры в восприятии образов политиков // Полис. 2002. № 5.
- Пищева Т. Н.* Образы политиков: особенности коммуникаций и барьеры восприятия // Психология восприятия власти / Под ред. Е. Б. Шестоपाल. М., 2002.
- Платонов Ю. П.* Основы этнической психологии: Учеб. пособие. СПб., 2003.
- Поленина С. В.* Участие женщин в общественной и государственной жизни // Гендерная реконструкция политических систем.
- Полосин В. С.* Миф. Религия. Государство: Исследование политической мифологии. М., 1999.
- Попкова Л. Н.* Теория и практика современного феминизма: Женское движение в США // Введение в гендерные исследования. Ч. 1.
- Попкова Л. Н.* Стратегии женского политического участия (на примере выборов 1999 года в г. Самаре) // Гендерная реконструкция политических систем.
- Почепцов Г. Г.* Имиджология. М., 2000.
- Почепцов Г. Г.* Как становятся президентами: избирательные технологии XX века. Киев, 1999.
- Почепцов Г. Г.* Профессия: имиджмейкер. Киев, 2001.
- Преснякова Л. А.* Влияние личностных особенностей на восприятие политической власти в России (1990-е годы) // Психология восприятия власти.
- Пугачев В. П., Соловьев А. И.* Введение в политологию. Гл. 6. <http://www.socioline.ru/node/423> (последнее посещение в марте 2008 г.).
- Пушкарева Н. Л.* Русская женщина: история и современность. Два века изучения «женской темы» русской и зарубежной наукой (1800—2000 гг.): Материалы к библиографии. М., 2002.
- Радионова С. А.* Легитимность // Новейший философский словарь. <http://www.slovopedia.com/6/203/770700.html> (последнее посещение в марте 2007 г.).
- Разворотнева С. В.* Язык власти, власть языка // Психология и психоанализ власти. Т. 1.
- Репнина Т. А.* Анализ теорий полоролевой социализации в современной западной психологии // Вопр. психологии. 1987. № 2.
- Речкин И. С.* Стереотипы и процессы стереотипизации в школьном образовании. Ростов н/Д, 2005.
- Речкин И. С.* Типология стереотипов в образовании. Ростов н/Д, 2005.
- Ритцер Дж.* Современные социологические теории. СПб., 2002.

- Рябов О. В. «Красный кошмар»: Репрезентации советской семьи в американском антикоммунизме периода «холодной войны» (1946—1963) // *Семья: между насилием и толерантностью* / Под ред. М. А. Литовской, О. В. Шабуровой. Екатеринбург, 2005.
- Рябов О. В. «Матушка-Русь»: Опыт гендерного анализа национальной идентичности России в отечественной и западной историософии. М., 2001.
- Рябов О. В. Межкультурная интолерантность: Гендерный аспект // *Культурные практики толерантности в речевой коммуникации: Коллектив. моногр.* / Под ред. Н. А. Купиной, О. А. Михайловой. Екатеринбург, 2004.
- Рябов О. В. Миф о русской женщине в отечественной и западной историософии // *Филол. науки.* 2000. № 3.
- Рябов О. В. Национальная идентичность: гендерный аспект: Дис. ... д-ра филос. наук. Иваново, 2000.
- Рябов О. В. «Россия-Матушка»: Национализм, гендер и война в России XX века. Штутгарт; Ганнновер, 2007.
- Рябов О. В. Русская философия женственности (XI—XX века). Иваново, 1999.
- Рябов О. В. «Mother Russia»: Гендерный аспект образа России в западной историософии // *Обществ. науки и современность.* 2000. № 4.
- Рябова Т. Б. «Будьте мужчинами»: рекрутирование гендерной идентичности в политическом дискурсе современного российского общества // *Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Соц. науки.* Н. Новгород, 2006. Вып. 1(5).
- Рябова Т. Б. В поисках утраченной маскулинности? // *Гендерные исследования.* № 7/8 (2002). Рец. на кн.: Лимонов Э. Моя политическая биография СПб., 2002.
- Рябова Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: к постановке проблемы // *Женщина в российском обществе.* 2001. № 3/4.
- Рябова Т. Б. Гендерный дискурс как оружие политической борьбы // *Там же.* 2003. № 1/2.
- Рябова Т. Б. Женщина в истории западноевропейского средневековья. Иваново, 1999.
- Рябова Т. Б. Идеал женщины — хозяйки дома в позднее средневековье: (По русским и итальянским источникам) // *Женщина и российское общество: научно-исторический аспект.* Иваново, 1995.

- Рябова Т. Б.* Маскулинность в политическом дискурсе российского общества: история и современность // Женщина в российском обществе. 2000. № 4.
- Рябова Т. Б.* Маскулинность как фактор российского политического дискурса // Genderforschung in der Slawistik.
- Рябова Т. Б.* Материнская и отцовская любовь в русской средневековой традиции // Женщина в российском обществе. 1996. № 1.
- Рябова Т. Б.* Мужественность и женственность в политическом дискурсе современного российского общества // Гендерные исследования. № 11 (2004).
- Рябова Т. Б.* Политический дискурс как ресурс «создания гендера» в современной России // Личность. Культура. Общество. 2006. Т. 8. Вып. 4 (32).
- Рябова Т. Б.* Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Там же. 2003. Т. 5. Вып. 1/2 (15/16).
- Рябова Т. Б., Лямина А. А.* Антиамериканизм по-ивановски: (К вопросу о гендерном измерении этнических стереотипов) // Границы.
- Рябова Т. Б., Рябов О. В.* Политические конфликты и репрезентация Другого: Опыт гендерного анализа // Политические конфликты в прошлом и настоящем: Материалы Всерос. науч. конф. Иваново, 2001.
- Рябова Т. Б., Рябов О. В.* «Россия поднимается с колен»: Ремаскулинизация и новая российская идентичность // Личность. Культура. Общество. 2008. Т. 2. Вып. 3 (42).
- Сандомирская И.* Книга о Родине: Опыт анализа дискурсивных практик. Wien, 2001. <http://www.rus-lang.com/education/discipline/PR/sl/> (последнее посещение в феврале 2008 г.).
- Саралиева З. М., Татарченко А. Ф., Балабанов С. С.* Женщины и политика // Женщины в зеркале социологии: Межвуз. сб. науч. ст. / Под ред. О. А. Хасбулатовой. Иваново, 1997.
- Саралиева З. М., Татарченко А. Ф., Балабанов С. С.* Отношение к партиям и политические ориентации женщин // Там же.
- Селиванова О. С.* Гендерные стереотипы как способ репрезентации патриархатной культуры: социально-философский анализ: Дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2006.
- Селиванова О. С., Мокроносов Г. В.* СМИ и гендер: Образ женщины в репрезентативных практиках современной российской культуры. Екатеринбург, 2007.
- Семендяева О. Ю.* Стереотип как социальный и социально-психологический феномен. М., 1986.

- Семендяева О. Ю. Эффект стереотипизации // Социс. 1985. № 1.
- Синельников А. С. В ожидании референта: маскулинность, феминность и политика гендерных репрезентаций // Женщина. Гендер. Культура. М., 1999.
- Скорнякова С. С. Гендерные стереотипы в средствах массовой коммуникации // Актуальные проблемы теории коммуникации. СПб., 2004. [http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s`/skornyakova.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s`/skornyakova.shtml) (последнее посещение в феврале 2008 г.).
- Скотт Дж. Гендер: Полезная категория исторического анализа // Введение в гендерные исследования. Ч. 2.
- Скутнева В. Гендерные аспекты жизненного самоопределения молодежи // Социс. 2003. № 11.
- Смелзер Н. Социология. М., 1994.
- Смирнова А. В. Учимся жить в обществе: Гендерный анализ школьных учебников. М., 2005.
- Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии. М., 2003.
- Сорокин Ю. А. Стереотип, штамп, клише: К проблеме определения понятий // Общение: Теоретические и прагматические проблемы. М., 1998.
- Социология гендерных отношений: Учеб. пособие / Под ред. З. М. Саралиевой. М., 2004.
- Степанова Н. М. Женщины в парламенте: «роскошь» или необходимость? // Обществ. науки и современность. 1993. № 5.
- Степанова Н. М. Культура гендерных отношений в политических партиях и в парламенте Великобритании // Гендерная реконструкция политических систем.
- Степанова Н. М. Опыт использования гендерных квот в странах Западной Европы // Обществ. науки и современность. 1999. № 4.
- Стереотипы в общественном сознании: социально-философские аспекты. М., 1988.
- Стефаненко Т. Г. Социальные стереотипы и межличностные отношения // Общение и оптимизация совместной деятельности / Под ред. Г. М. Андреевой, Я. Яноушека. М., 1987.
- Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. М., 2000.
- Сушков И. В. Психология взаимоотношений. М.; Екатеринбург, 1999.
- Табурова С. К. Гендерные аспекты речевого поведения парламентариев // Социс. 1999. № 9.
- Тарасова Е. А. Гендерные отличия в конфликтном взаимодействии. Воронеж, 2002.

- Тартаковская И. Н.* Гендерная социология. М., 2005.
- Теория и методология гендерных исследований: Курс лекций /*
Под ред. О. А. Ворониной. М., 2001.
- Темкина А. А.* Женский путь в политику: Гендерная экспертиза // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период. СПб., 1996. (Труды ЦНСИ; Вып. 4).
- Техника дезинформации и обмана /* Под ред. Я. Н. Засурского. М., 1978.
- Усманова А.* Сексуальность в белорусских масс-медиа // В поисках сексуальности / Под ред. А. Темкиной, Е. Здравомысловой. СПб., 2002.
- Ушакин С.* Политическая теория феминизма: современные дебаты // Введение в гендерные исследования. Ч. 1.
- Ушакова В. Г.* Гендер и политика: (На материалах Санкт-Петербурга) // Женщина в российском обществе. 2007. № 2.
- Уэст К., Циммерман Д.* Создание гендера // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период.
- Фридан Б.* Загадка женственности. М., 1994.
- Фуко М.* Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности: Работы разных лет. М., 1996.
- Хакамада И.* Sex в большой политике М., 2006.
- Хасбулатова О. А.* Гендерные стереотипы в политической культуре: Специфика российского опыта // Женщина в российском обществе. 2001. № 3/4.
- Хасбулатова О. А.* Государственная политика и женское движение в России (1900—2000 гг.). Иваново, 2001.
- Хасбулатова О. А.* Опыт и традиции женского движения в России (1860—1917). Иваново, 1994.
- Хасбулатова О. А.* Российская гендерная политика в XX столетии: мифы и реалии. Иваново, 2005.
- Хасбулатова О. А., Гафизова Н. Б.* Женское движение в России (вторая половина XIX — начало XX века). Иваново, 2003.
- Хотинец В. Ю.* Этническое самосознание. СПб., 2000.
- Чернова Ж.* Романтик нашего времени: с песней по жизни // О муже(Н)ственности.
- Чирикова А. Е., Кричевская О. Н.* Женщина-руководитель: деловые стратегии и образ «Я» // Социс. 1999. № 11.
- Чудинов А. П.* Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000). Екатеринбург, 2001.

- Шабурова О.* Мужик не суетится, или Пиво с характером // О муже(Н)ственности.
- Шведова Н. А.* Гендерный подход как фактор политической культуры // Гендерный калейдоскоп / Под ред. М. М. Малышевой. М., 2001.
- Шведова Н. А.* Законодательные реформы в США в 1970-х — начале 2000-х гг.: устранение дискриминации и создание равных возможностей для женщин // Гендерная реконструкция политических систем.
- Шведова Н. А.* Политическое участие и представленность женщин в США: последняя треть XX века // Там же.
- Шестопап Е. Б.* Восприятие образов власти: Политико-психологический анализ // Полис. 1995. № 4.
- Шестопап Е. Б., Новикова-Грунд М. В.* Восприятие образов двенадцати ведущих политиков России: (Психологический и лингвистический анализ) // Полис. 1996. № 5.
- Шестопап Е. Б.* Теоретико-методологические проблемы исследования образов власти // Психология восприятия власти.
- Шестопап Е. Б., Пищева Т. Н., Гикавый Е. М., Зорин В. А.* Образ В. В. Путина в сознании российских граждан // Полис. 2004. № 3.
- Шестопалова О. Н.* Типология социальных стереотипов // Обществ. науки и современность. 2007. № 3.
- Шинелева Л. Т.* Женщина и политика в России: иллюзии и реальность // Общая и прикладная политология: Учеб. пособие / Под общ. ред. В. И. Жукова. М., 1994.
- Шихирев П. Н.* Исследование стереотипа в американской социальной науке // Вопр. философии. 1971. № 5.
- Шихирев П. Н.* Психологические проблемы социальной регуляции поведения. М., 1976.
- Шихирев П. Н.* Стереотип социальный // Российская социологическая энциклопедия / Под ред. Г. В. Осипова. М., 1998.
- Шихирев П. Н.* Социальная психология. М., 2000.
- Этнические стереотипы мужского и женского поведения.* СПб., 1991.
- Этнические стереотипы поведения* / Под ред. А. К. Байбурина. Л., 1985.
- Юкина И. И.* Русский феминизм как вызов современности. СПб., 2007.
- Юрчак А.* Мужская экономика: «Не до глупостей, когда карьеру куешь...» // О муже(Н)ственности.

- Ядов В. А. К вопросу о теории «стереотипизации» в социологии // Филос. науки. 1960. № 2.
- Ярская-Смирнова Е. Р. Одежда для Адама и Евы: Гендерные эссе. М., 2001.
- Ярская-Смирнова Е. Р. Социальная политика и гендер в риторике предвыборной борьбы // Социс. 2002. № 11.
- Allen R. Analyzing Representations: A Variety of Images // Imagining Women: Cultural Representations and Gender / F. Bonner, L. Goodman, R. Allen, L. Janes, C. King (Eds). Cambridge, 1992.
- Allport G. W. The Nature of Prejudice. New York, 1954.
- Ashmore R. D., Del Boca F. K., Wohlens A. J. Gender Stereotypes // The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts / R. D. Ashmore, F. K. Del Boca (Eds). Orlando, 1986.
- Attwood L. "Rodina-Mat" and the Soviet Cinema // Gender Restructuring in Russian Studies / M. Liljestrom, E. Mantysaari, A. Roseholm (Eds). Tampere, 1993.
- Bar-Tal D. Delegitimization: The Extreme Case of Stereotyping and Prejudice // Stereotyping and Prejudice: Changing conceptions / D. Bar-Tal, C. F. Graumann, A. W. Kruglanski, W. Stroebe (Eds). Berlin; New York, 1989.
- Bar-Tal J. Can Leader Change Follower's Stereotypes? // Ibid.
- Baron R. M. An Ecological View of Stereotype Accuracy // Stereotype Accuracy: Towards Appreciating Group Differences / Y.-T. Lee, L. J. Jussim, C. R. McCauley (Eds). Washington, 1995.
- Basow S. A. Gender Stereotypes and Roles. Pacific Grove, 1992.
- Berger J. Ways of Seeing. London, 1972.
- Berting J., Villain-Gandossi Ch. The Role and Significance of National Stereotypes in International Relations: An International Approach // Stereotypes and Nations / T. Walas (Ed.). Cracow, 1995.
- Bhabha H. The Location of Culture. London; New York, 1994.
- Blom I. Gender and Nation in International Comparison // Gendered Nations: Nationalisms and Gender Order in the Long Nineteenth Century / I. Blom, K. Hagemann, C. Hall (Eds). Oxford; New York, 2000.
- Bordo S. Reading Slender Body // Body Politics: Women and the Discourses of Sciences / M. Jacobos et al. (Eds). London; New York, 1990.

- Bordo S.* The Male Body: a New Look at Men in Public and in Private. New York, 1999.
- Bourdieu P.* Masculine Domination. Stanford, 2001.
- Bourdieu P.* Practical Reason: On the Theory of Action. Stanford, 1998.
- Brittan A.* Masculinity and Power. New York, 1989.
- Broverman I., Vogel S. R., Broverman D. M., Clarkson F. E., Rosenkrantz P. S.* Sex Role Stereotype: A Current Appraisal // Journal of Social Issues. 1972. Vol. 28. № 2.
- Brown M. E., Gardetto D. C.* Representing Hillary Rodham Clinton: Gender, Meaning, and News Media // Gender, Politics, and Communication / A. Sreberny, L. van Zoonen (Eds). Hampton (N. J.), 2000.
- Burgess D., Borgida E.* Who Women are, Who Women should be: Descriptive and Prescriptive Gender Stereotyping in Sex Discrimination // Psychology, Public Policy and Law. 1999. Vol. 5. № 3.
- Bystrom D. G. et al.* Gender and Candidate Communication: Video-Style, WebStyle, NewsStyle. New York, 2004.
- Carli L. L., Eagly A. H.* Gender, Hierarchy, and Leadership: An Introduction // Journal of Social Issues. 2001. Vol. 57. № 4.
- Carpini Delli M. X., Keeter S.* Gender and Political Knowledge // Gender and American Politics: Women, Men, and the Political Process / S. Tolleson-Rinehart, J. J. Josephson (Eds). New York; London, 2000.
- Cohen A. P.* The Symbolic Construction of Community. London; New York, 1985.
- Cohn C.* Wars, Wimps, and Women: Talking Gender and Thinking War // Gendering War Talk / M. Cooke, A. Woollacott (Eds). Princeton, 1993.
- Connell R. W.* Gender. Cambridge; Malden, 2002.
- Connell R. W.* Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics. Cambridge, 1987.
- Connell R. W.* Masculinities. Berkeley; Los-Angeles, 1995.
- Connell R. W.* The Men and the Boys. Cambridge, 2000.
- Conway M.* Gender and Political Participation // Gender and American Politics.
- Creedon P. J.* Women in Mass Communication // Women in Advertisements: Sizing up the Images, Roles and Functions / L. Lazier, A. G. Kendrick (Eds). New York; London, 1993.
- Deaux K., Kite M.* Gender Stereotypes // Psychology of Women: A Handbook of Issues and Theories / F. L. Denmark, M. A. Paludi (Eds). Westport, 1993.

- Deaux K., Lewis L. L.* Structure of Gender Stereotypes: Interrelations among Components and Gender Label // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1984. № 5 (45).
- De Hart J. S.* Containment at Home // *Rethinking Cold War Culture* / P. J. Kuznick, J. Gilbert (Eds). Washington, 2001.
- Dovodio J., Brigham J. C., Johnson B. T., Gaertner S. L.* Stereotyping, Prejudice, and Discrimination: Another look // *Stereotypes and Stereotyping* / C. N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (Eds). New York, 1996.
- Dudink S., Hagemann K.* Masculinity in Politics and War in the Age of Democratic Revolution, 1750—1850 // *Masculinities in Politics and War: Gendering Modern History* / S. Dudink, K. Hagemann, J. Tosh (Eds). Manchester; New York, 2004.
- Eberhardt J. I., Fiske S. T.* Motivating Individuals to Change: What is a target to do // *Stereotypes and Stereotyping*.
- Edelman M.* Constructing the Political Spectacle. Chicago; London, 1986.
- Enloe C.* Introduction // *The Women and War Reader* / L. A. Lorentzen, J. Turpin (Eds). New York, 1998.
- Enloe C. H.* The Morning after: Sexual Politics at the End of the Cold War. Berkeley, 1993.
- Eriksen T. H.* The Sexual Life of Nations: Notes on Gender and Nationhood // *Kvinner, køn og forskning*. 2002. № 2. <http://folk.uio.no/geirthe/Sexuallife.html> (последнее посещение в декабре 2006 г.).
- Forisha B. L.* Sex Roles and Personal Awareness. Morristown, 1978.
- Friedman A., Tzukerman Y., Wienberg H., Todd J.* The Shift in Power with Age: Changes in Perception of the Power of Women and Men Over the Life Cycle // *Psychology of Women Quarterly*. 1992. Vol. 16. Iss. 4.
- Gardner R. C.* Stereotypes as Consensual Beliefs // *The Psychology of Prejudice: The Ontario Symposium* / M. P. Zanna, J. M. Olson (Eds). Hillsdale, 1994. Vol. 7.
- Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics* / S. J. Carroll, R. L. Fox. (Eds). Cambridge; New York, 2006.
- Gilman S. L.* Difference and Pathology: Stereotypes of Sexuality, Race, Madness. Ithaca; New York, 1975.
- Goldstein J. S.* War and Gender: How Gender Shapes the War System and Vice Versa. Cambridge, 2001.
- Gordon A.* When Stereotypes Collide: Race // Ethnicity, Gender, and Videostyle in Congressional Campaigns / A. Gordon, J. Miller (Eds). New York, 2005.

- Goscilo H.* Dehexing Sex: Russian Womanhood during and after Glasnost. Ann Arbor, 1996.
- Goscilo H., Lanoux A.* Lost in the Myths: Introduction // Gender and National Identity in Twentieth-century Russian Culture / H. Goscilo, A. Lanoux (Eds). DeKalb, 2006.
- Governing Codes: Gender, Metaphor, and Political Identity* / K. V. Anderson, K. H. Sheeler (Eds). Lanham (MD), 2005.
- Grimshaw J.* Philosophy and Feminist Thinking. Minneapolis, 1986.
- Griscom G. L.* Women and Power: Definition, Dualism, and Difference // Psychology of Women Quarterly. 1992. Vol. 16.
- Hall S.* The West and the Rest: Discourse and Power // Formations of Modernity / S. Hall, B. Gieben (Eds). Cambridge, 1992.
- Håkannsson N.* Argumentative and Symbolic Discourse in Nordic Electoral Debate // Instead of the Ideal Debate: Doing Politics and Doing Gender in Nordic Political Campaign Discourse / K. Gommard, A. Krogstad (Eds). Århus; Oakville, 2001.
- Harle V.* The Enemy with a Thousand Faces: the Tradition of the Other in Western Political Thought and History. Westport, 2000.
- Hartley J.* The Politics of Pictures: the Creation of the Public in the Age of Popular Media. London; New York, 1992.
- Haste H.* The Sexual Metaphor. Cambridge, 1994.
- Heilman M. E.* Description and Prescription: How Gender Stereotypes Prevent Women's Ascent up the Organizational Ladder // Journal of Social Issues. 2001. Vol. 57. № 4.
- Hewstone M.* Changing Stereotypes with Disconfirming Information // Stereotyping and Prejudice.
- Hinton P. R.* Stereotypes, Cognition, and Culture. East Sussex, 2000.
- Hooper C.* Manly States: Masculinities, International Relations, and Gender Politics. New York, 2001.
- Horrocks R.* Male Myths and Icons: Masculinity in Popular Culture. London, 1989.
- Hubbs J.* Mother Russia: The Feminine Myth in Russian Culture. Bloomington, 1988.
- Iyengar S., Valentino N. A., Ansolabehere S., Simon A. F.* Running as a Woman: Gender Stereotyping in Political Campaigns // Women, Media, and Politics / P. Norris (Ed.). New York, 1997.
- Jeffords S.* Hard Bodies: Hollywood Masculinity in the Reagan Era. New Brunswick, 1994.
- Jeffords S.* The Remasculinization of America: Gender and the Vietnam War. Bloomington, 1995.
- Jenkins R.* Social Identity. London; New York, 1996.

- Josephson J. J. Gender and Social Policy // Gender and American Politics.
- Jowet G. S., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion. Thousand Oaks, 1999.
- Jussim L., Fleming C. Self-Fulfilling Prophecies and the Maintenance of Social Stereotypes: The Role of Dyadic Interactions and Social Forces // Stereotypes and Stereotyping.
- Jussim L. J., McCauley C. R., Lee J.-T. Why Study Stereotype Accuracy and Inaccuracy? // Stereotype Accuracy.
- Kahn K. F. Political Consequences of Being Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns. New York, 1996.
- Kantorowicz E. H. The King's Two Bodies: A Study in National Political Theology. Princeton, 1957.
- Karniol R., Aida A. Judging Toy Breakers: Gender Stereotypes Have Devious Effects on Children // Sex Roles: A Journal of Research. 1997. Vol. 36. № 3/4.
- Keen S. Faces of the Enemy: Reflections of the Hostile Imagination. San Francisco, 1986.
- Kern M., Just M. A Gender gap among viewers? // Women, Media, and Politics.
- Khamrayev V. The Current Digest of the Post-Soviet Press. 1994. Vol. 46. № 32.
- Kimmel M. Manhood in America: A Cultural History. New York, 1996.
- King C. The Politics of Representation: A Democracy of the Gaze // Imagining Women.
- Kitzinger C., Wilkinson S. Theorizing Representing the Other // Representing the Other: A Feminist and Psychology Reader / S. Wilkinson, S. Kitzinger (Eds). London, 1996.
- Klimenkova T. The Mythology of Women's Emancipation in the USSR as the Foundation for a Policy of Discrimination // Women in Russia: A New Era in Russian Feminism / A. Posadskaya (Ed.). London; New York, 1994.
- Landrine H. Race and Class Stereotypes of Women // Sex Roles. 1985. Vol. 1/2 (13).
- Lee Y.-T., Duenas G. Stereotype Accuracy in Multicultural Business // Stereotype Accuracy.
- Leyens J.-P., Yzerbyt V. Y., Schadron G. Stereotypes and Social Cognition. London, 1994.
- Liddle J., Michielsens E. Gender, Class and Political Power // Gendering Elites: Economic and Political Leadership in 27 Industrialized Societies / M. Vianello, G. Moore (Eds). Basingtoke, 2000.

- Lippman W.* Public Opinion. New York, 1922.
- Lips H. M.* Sex and Gender: An Introduction. Mountain View, 1997.
- Lissyutkina L.* Soviet Woman on the Crossroads of Perestroika // Gender Politics and Post-Communism. New York; London, 1993.
- Mackie D. M., Hamilton D. L., Susskind J., Rosselli F.* Social Psychological Foundations of Stereotype Formation // Stereotypes and Stereotyping.
- MacKinnon K.* Representing Men: Maleness and Masculinity in the Media. London, 2003.
- McClelland J. R.* Visual Images and Re-Imaging: A Review of Research in Mass Communication // Women in Mass Communication / P. Creedon (Ed.). Newbury Park, 1993.
- McGlen N. E., O'Konnor K.* Women, Politics, and American Society. Englewood Cliffs, 1995.
- Maher K.* Gender-Related Stereotypes of Transformational and Transactional Leadership // Sex Roles. 1997. Vol. 37, № 3/4.
- The Matter of Images / R. Dyer (Ed.).* London; New York, 1993.
- McClelland J. R.* Visual Images and Re-imaging: A Review of Research in Mass Communication // Women in Mass Communication.
- McClintock A.* Imperial Leather: Race, Gender, and Sexuality in the Colonial Conquest. New York, 1995.
- Miller C. L., Cummins A. G.* An Examination of Women's Perspectives on Power // Psychology of Women Quarterly. 1992. Vol. 16. № 4.
- Mitrofanova A.* Россия и русские: Новая гендерная мифология // Vater Rhein und Mutter Wolga: Diskurse um Nation und Gender in Deutschland und Russland. Würzburg, 2005. (Identitäten und Alteritäten; Sbd. 20).
- Mohanty C. T.* Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses // Dangerous Liaisons: Gender, Nation, and Postcolonial Perspectives. Minneapolis, 1997.
- Mosse G.* The Image of Man: The Creation of Modern Masculinity. Oxford, 1996.
- Mostov J.* Sexing the Nation / Desexing the Body: Politics of National Identity in the Former Yugoslavia // Gender Ironies of Nationalism: Sexing the Nation / T. Mayer (Ed.). London; New York, 2000.
- Muradova M., Mcgrath T.* Monkey Business is Politically Complex in Moscow (the Skuratov Affair) // Arena Magazine. 1999. Oct.

- Niva S. Tough and Tender: New World Order Masculinity and the Gulf War // The «Man» Question in International Relations. Boulder, 1998.
- Oakes P. J. The Categorization Process: Cognition and the Group in the Social Psychology of Stereotyping // Social Groups and Identities: Developing the Legacy of Henri Tajfel / P. Robinson (Ed.). Oxford, 1996.
- Oakes P. J., Haslam S. A., Turner J. C. Stereotyping and Social Reality. Oxford, 1994.
- Ottavi V., Lee Y.-T. Accuracy: A Neglected Component of Stereotype Research // Stereotype Accuracy.
- Parsons T., Bales R. Family, Socialization, and Interaction Process. New York, 1955.
- Pickering M. Stereotyping: The Politics of Representation. New York, 2001.
- Pittinsky T. L., L. M. Bacon, B. Welle. The Great Women Theory of Leadership: Perils of Positive Stereotypes and Precarious Pedestals // Women and Leadership: the State of Play and Strategies for Change / B. Kellerman, D. L. Rhode (Eds); Foreword by J. S. D. O'Connor. San Francisco, 2007.
- Pratto F., Espinoza P. Gender, Ethnicity, and Power // Journal of Social Issues. 2001. Vol. 57. № 4.
- Preez Du P. The Politics of Identity: Ideology and the Human Image. Oxford, 1980.
- Raag T. Influences of Social Expectations of Gender, Gender Stereotypes, and Situational Constraints on Children's Toy Choices // Sex Roles: A Journal of Research. 1999. Vol. 41. № 11/12.
- Raguz M. Masculinity and Femininity: An Empirical Definition. Nijmegen, 1991.
- Renzetti K., Curran D. Women, Men, and Society. Boston, 1999.
- Representing Women in Parliament: a Comparative Study / M. Sawyer, M. Tremblay, L. Trimble (Eds). London; New York, 2006.
- Riabova T., Riabov O. «U nas seksa net»: Gender, Identity, and Anti-communist Discourse in Russia // State, Politics, and Society: Issues and Problems within Post-Soviet Development / A. Markarov (Ed.). Iowa City, 2002.
- Richardson L. W. The Dynamics of Sex and Gender: A Sociological Perspective. Dallas, London, 1981.
- Ridgeway C. L. Gender, Status, and Leadership // Journal of Social Issues. 2001. Vol. 57. № 4.
- Ross K., Sreberny A. Women in the House: Media Representations of British Politicians // Gender, Politics, and Communication.

- Ruddic S.* «Women of Peace»: Feminist Construction // *The Women and War Reader*.
- Said E. W.* *Orientalism*. New York, 1978.
- Sanbonmatsu K.* *Where Women Run: Gender and Party in the American States*. Ann Arbor, 2006.
- Saburova O.* «Мужик» как конструкт русской мужественности и его репрезентация в российской массовой культуре // *Vater Rhein und Mutter Wolga*.
- Savkina I.* Гендер с русским акцентом // *Ibid*.
- Schneider D. J.* *Modern Stereotype Research: Unfinished Business // Stereotypes and Stereotyping*.
- Schneider D. J.* *The Psychology of Stereotyping*. New York, 2004.
- Scollon R., Scollon S. W.* *Intercultural Communication: A Discourse Approach*. Malden, 2001.
- Scott J.* *Power*. Cambridge; Malden, 2001.
- Seltzer R. A., Newman J., Leighton M. V.* *Sex as a Political Variable: Women as Candidates and Voters in US Elections*. Boulder, 1997.
- Sharp J. P.* *Condensing the Cold War: Reader's Digest and American Identity*. Minneapolis, 2000.
- Sherif M., Sherif C. W.* *Groups in Harmony and Tension: An Intergration of Studies on Intergroup Relations*. New York, 1961.
- Sinnott J. D.* *Sex Roles in Adulthood and Old Age // Current Conceptions of Sex Roles and Sex Typing / D. B. Carter (Ed.)*. New York, 1987.
- Smitherman-Donaldson G., van Dijk Teun A.* *Words that Hurt: Introduction // Discourse and Discrimination / G. Smitherman-Donaldson, van Dijk Teun (Eds)*. Detroit, 1988.
- Spike Peterson V.* *Sexing Political Identities / Nationalism as Heterosexism // Women, States, and Nationalism: At Home in the Nation? / S. Ranchod-Nilsson, M. A. Tetreault (Eds)*. Routledge, 2000.
- Spike Peterson V.* *Gendered Nationalism: Reproducing «Us» versus «Them» // The Women and War Reader / L. A. Lorentzen, J. Turpin (Eds)*. New York, 1998.
- Spike Peterson V., True J.* «New Times» and New Conversations // *The Man Question in International Relations / M. Zalewski, J. Parpart (Eds)*. Boulder, 1998.
- Squires J.* *Gender in Political Theory*. Cambridge, 1999.
- Sreberny A., van Zoonen L.* *Gender, Politics, and Communication: Introduction // Gender, Politics, and Communication*.
- Stangor C., Schaller M.* *Stereotypes as Individual and Collective Representations // Stereotypes and Stereotyping*.

- Steans J.* Gender and International Relations: An Introduction. New Brunswick, 1998.
- The Stereotyping of Women.* New York, 1983.
- Stivers C.* Gender Images in Public Administration: Legitimacy and the Administrative State. Thousand Oaks, 2002.
- Stoll C.* Male-Female: Socialization, Social Roles, and Social Structure. Iowa, 1974.
- Stroebe W., Insko C. A.* Stereotype, Prejudice, and Discrimination: Changing Conceptions in Theory and Research // Stereotyping and Prejudice: Changing Conceptions / D. Bar-Tal, C. F. Graumann, A. W. Kruglanski, W. Stroebe (Eds). New York, 1989.
- Suspitsina T.* The Rape of Holy Mother Russia and the Hatred of Femininity: The Representation of Women and the Use of Feminine Imagery in the Russian Nationalist Press // Anthropology of East Europe Review. Vol. 17. № 2. 1999. http://condor.depaul.edu/~rrotenbe/aeer/aeer17_2.html (последнее посещение в январе 2008 г.).
- Tajfel H.* Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge; Paris, 1982.
- Tickner J. A.* Gendering World Politics: Issues and Approaches in the Post-Cold War Era. New York, 2001.
- Tolleson-Rinehart S., Josephson J. J.* Introduction // Gender and American Politics.
- Tosh J.* Hegemonic Masculinity and the History of Gender // Masculinities in Politics and War: Gendering Modern History / S. Dudink, K. Hagemann, J. Tosh (Eds). Manchester; New York, 2004.
- Turner J.* Henri Tajfel: An Introduction // Social Groups and Identities.
- Vance C. S.* Social Construction Theory and Sexuality // Constructing Masculinity / M. Berger, B. Wallis, S. Watson (Eds). New York; London, 1995.
- Verdery K.* From Parent-State to Family Patriarchs: Gender and Nation in Contemporary Eastern Europe // East European Politics and Societies. 1994. Vol. 8. Iss. 2.
- Wahl-Jorgensen K.* Constructing Masculinities in US Presidential Campaigns: The Case of 1992 // Gender, Politics, and Communication.
- Williams J. E., Best D. L.* Measuring Sex Stereotypes: A Thirty-Nation Study. Beverly Hills, 1982.
- Williams K. L.* The Glass Escalator: Hidden Advantage for Men in the "Female" Professions // Men's Lives / M. Kimmel, M. Messner (Eds). Boston, 2001.

- Winfield B. H.* The First Lady, Political Power, and the Media: Who Elected her anyway? // *Women, Media, and Politics.*
- Women and American Politics: New Questions, New Directions* / S. J. Carroll (Ed.). Oxford, 1997.
- Women and Elective Office: Past, Present, and Future* / S. Thomas, C. Wilcox (Eds). New York, 2005.
- Yoder J. D., Kahn A. S.* Toward a Feminist Understanding of Women and Power // *Psychology of Women Quarterly.* Vol. 16 (1992).
- Yuval-Davis N.* Gender and Nation. London, 1997.
- Zebrowitz L. A.* Physical Appearance as a Basis of Stereotyping // *Stereotypes and Stereotyping.*
- Zinn M. B.* Chicano Men and Masculinity // *Men's Lives.*
- Zoonen L. van.* Broken Hearts, Broken Dreams: Politicians and Their Families in the Dutch Gossip Press // *Gender, Politics, and Communication.*

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Гендерные стереотипы как ресурс власти	7
1.1. Социальные стереотипы: основные методологические подходы исследования	9
1.2. Гендерные стереотипы: свойства	23
1.3. Гендерные стереотипы: содержание	39
1.4. Гендерные стереотипы: функции	58
1.5. Гендерные стереотипы и власть	77
1.6. Гендерные стереотипы и политика	91
Глава 2. Гендерные стереотипы в политических предпочтениях	106
2.1. Есть ли пол у партий?	107
2.2. «Идеальный политик»: гендерное измерение	113
2.3. «Настоящий мужчина» современной российской политики	127
Глава 3. Гендерные стереотипы в дискурсе политической борьбы	132
3.1. Мужской стереотип в дискурсе политической борьбы	132
3.1.1. Позитивный мужской стереотип: маскулинизация Своих	133
<i>Персональные характеристики 135. Стереотип мужчины и военизация политического дискурса 142. Политик глазами «прекрасного пола: эротизация образа как фактор политической борьбы 152. Национализация маскулинности 160</i>	
3.1.2. Негативный мужской стереотип: демаскулинизация Чужих	172
<i>Персональные характеристики 174. Социальные роли 181. Сексуальные девиации 185</i>	

3.2. Женский стереотип в дискурсе политической борьбы	193
3.2.1. Женское начало власти: «за» и «против» .	193
3.2.2. Женский стереотип как фактор политической борьбы	198
Мужской и женский стереотип в политике и проблема гендерного неравенства. Вместо заключения	213
Библиографический список	220