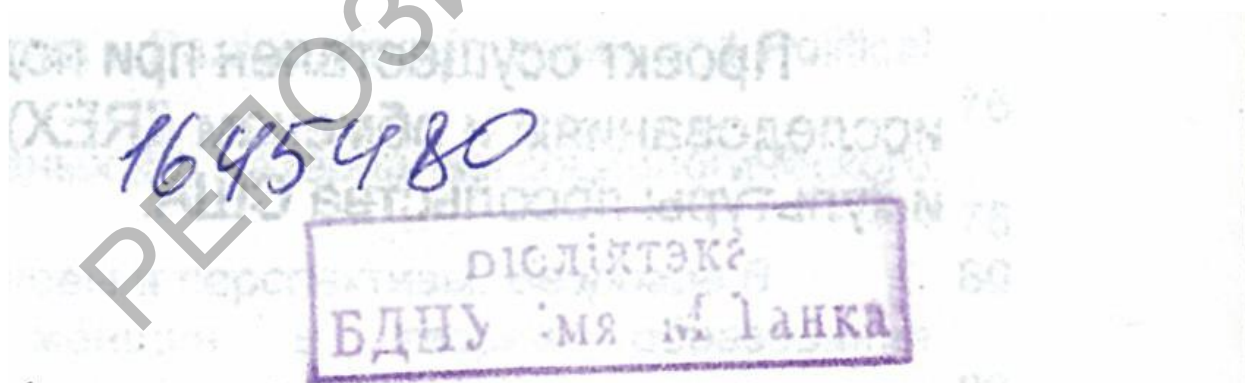


Женский институт «ЭНВИЛА»  
Минский центр гендерных исследований  
Международное женское общественное объединение  
«Глобальное партнерство»

ЖЕНЩИНА  
ОБРАЗОВАНИЕ  
ДЕМОКРАТИЯ

Материалы 3-ей международной междисциплинарной  
научно-практической конференции  
(8-9 декабря 2000 г.)



Минск 2001

УДК 316.3-055.2:37:34 (043.2)

Составитель: Шатон Г.И.

Редакционная коллегия:

Рощинская О.М., Черепанова Л.А., Чикалова И.Р., Шатон Г.И.

Под общей редакцией Шатон Г.И.

Рецензенты:

Доктор филологических наук, профессор Т.Е. Комаровская; Доктор исторических наук, профессор А.А. Челядинский; Кандидат философских наук, доцент С.А. Наумова; Кандидат филологических наук, доцент Ю.В. Стулов.

Ж 56 Женщина. Образование. Демократия. Материалы 3-ей международной междисциплинарной научно-практической конференции (8-9 декабря 2000 г.). - Мн.: ООО «ЭНВИЛА - М», 2001. - 416 с.

ISBN 985-6517-17-6

В настоящий сборник включены материалы 3-ей международной междисциплинарной научно-практической конференции «Женщина Образование. Демократия», которая состоялась в декабре 2000 года в Минске.

УДК 316.3-055.2:37:34 (043.2) ББК 60.54

Проект осуществлен при поддержке Совета по международным исследованиям и обменов (IREX) и Отдела информации, образования и культуры посольства США.

ISBN 985-6517-17-6

©ЖИ «ЭНВИЛА», 2001

© ООО «ЭНВИЛА - М», 2001

## ДИСКРИМИНАЦИЯ ЖЕНСКИХ ПРАВ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ КАК ФОРМА СОЦИАЛЬНОГО НАСИЛИЯ

*Надежда Цыркун, заведующая кафедрой психологии БГПУ им. М. Танка,  
Иван Цыркун, аспирант БГПУ им. М. Танка (г. Минск)*

Образ - это результат отражения реальности, в котором фиксируется представление человека об окружающем мире и самом себе. Образ воспроизводит окружающий мир, хотя и не является его копией. Но что еще более важно, образ оказывает обратное воздействие на те обстоятельства и ситуации, которые являются его содержанием, и тем самым способствует воспроизведению условий для своего копирования, тиражирования и развития.

164

В обыденных представлениях существуют архетипические образы, включенные в систему стереотипных национальных, возрастных, региональных и других взглядов на жизнь.

Характеристика гендерных стереотипных образов сколь абстрактна и неопределенна, столь конкретна и понятна. Каждый, например, может расшифровать содержание понятий и высказываний «женщина должна быть женщиной: образцовая хозяйка, хранительница очага, верная супруга и добродетельная мать».

Основные стереотипные взгляды на женщину в патриархальном обществе можно сформулировать следующим образом:

- женщина не должна быть умной (ум женщины состоит в том, чтобы скрыть его от мужчины);
- у женщины существует особое женское счастье (лишь бы дома с мужем и детьми было все хорошо);
- женщина должна подстраиваться к мужчине, обеспечивая его покой и комфорт (на эту тему есть множество рекомендаций в пособиях и руководствах

для женщин: как сделать уборку, приготовить обед и т.д., чтобы мужчина был доволен);

- женщина должна терпеть и сохранять тяжелые для нее отношения (то есть, смиряться с насилием по отношению к ней и детям, ради которых декларируется сохранение семьи);

- женщина должна иметь обязательный набор психологических качеств (добрая, нежная, безропотная, милая, послушная, зависимая, мягкая, податливая и др.)

- женщина должна быть красивой, ухоженной (при этом существует эксплуатация женского образа в рекламе модной одежды, косметики и других товаров), чтобы хорошо устроиться в жизни, то есть, удачно выйти замуж;

- женщине разрешается открытая эмоциональная реакция, и даже проявление вербальной агрессивности, капризность, то есть, уподобление ребенку, женщина должна быть молодой и не обремененной детьми, чтобы успешно продвигаться в карьере.

Средства массовой информации имеют возможность создавать женский образ, воспроизводить его, транслировать, внедрять в общественное сознание, создавать идеал для подражания, соответствующий тендерному нормативному стереотипу.

Целью нашего исследования было изучить особенности женского образа в средствах массовой информации и коммуникации. Мы предположили, что этот образ имеет содержательную деформацию, т.к. соответствует гендерному нормативному стереотипу и не охватывает всего многообразия явлений женской жизни. Исследование проводилось в 1999 году, материалом для анализа были такие массовые издания как «Вечерний Минск» и «Советская Белоруссия», а также

165

каталог «Туризм и отдых» (август 1999 года), брошюра «Права человека» с иллюстрациями.

Был использован метод контент-анализа, который применялся как к словесным, так и к изобразительным (рисуночным) текстам. Проводился подсчет авторов с учетом их пола, персонажей текстов и изображений; тем, связанных с

мужчинами и женщинами, их ролями и жизненными позициями.

Среди авторов «Советской Белоруссии» упоминается в соответствии с подписанными материалами 80% мужчин и 20% женщин, «Вечернего Минска» - соответственно 70% и 30%.

Главные герои публикаций «Советской Белоруссии» - мужчины (90%), женщины же являются героинями публикаций в 10% случаев. Главные герои «Вечернего Минска» также мужчины (75%), женщинам посвящено около 25% публикаций.

На фотографиях в «Советской Белоруссии» изображено 63% мужчин и около 25% женщин.

Мужские и женские жизненные позиции раскрываются в публикациях в контексте событий, ситуаций и социально-психологических ролей. Типичным являются активная, действенная и агрессивная позиция мужчины и зависимая, подстраивающаяся («обслуживающая») позиция женщины.

В 90-95% случаев мужские роли - это лидер, руководитель, президент, специалист, герой, творческий человек, преступник, спасатель, инициатор, победитель, 5-10% - жертва, организатор с низким статусом и низкой успешностью, проситель, пострадавший.

В 90-95% случаев женские роли - это жена, мать, руководитель низшего, чем мужчина, уровня, организатор обслуживания мужских мероприятий, жертва, пострадавшая, деятельная в быту и реализующаяся в нем (если реализация в быту затруднена, обращающаяся к мужчине за помощью как к вышестоящему лицу), 5-10% - социально активная, с высоким социальным статусом, лидер, творческая личность.

Таким образом, средства массовой информации тиражируют идеалы и гендерные стереотипы патриархального общества и закрепляют их в обыденных представлениях.

Такой способ формирования представлений о женщине является дискриминацией прав женщины, т.е. формой социального насилия.

Такие же тенденции прослеживаются и в специальных изданиях в случаях, когда авторы бессознательно воспроизводят устоявшиеся гендерные стереотипы и не проявляют необходимой гендерной чувствительности.

В нашем исследовании метод контент-анализа использовался для выявления степени расхождения сознательных и бессознательных установок по отношению к женщине, в которых проявляется дискриминация как форма социального насилия.

Материалом для анализа служили следующие издания: («Всеобщая декларация прав человека», изданная представительством ООН в РБ в 1998 году, «Туризм и отдых» №16,1999).

Результаты проведенного исследования показали несоответствие иллюстраций тексту и самой концепции прав человека. Как известно, женщины составляют большинство населения РБ. Однако их изображения составляют только около 33% иллюстраций (это примерно на 20% меньше данных статистики о количестве женского населения в РБ). Большая часть иллюстраций (66%) посвящена мужчинам.

Позиция женщины иллюстрируется как зависимая, обслуживающая, потребляющая результаты мужского творчества. Позиция мужчины иллюстрируется как главная, творческая, руководящая.

Например, Статья 21 гласит: «Каждый человек имеет право принимать участие в управлении своей страной непосредственно или через посредство свободно избранных представителей». Большинство избирателей - женщины, их интересы в

166

органах управления должны быть предоставлены самими женщинами. Однако в иллюстрации к тексту роли распределены следующим образом. Мужчина (за письменным столом, держит авторучку и телефонную трубку) произносит: «Каждый человек имеет право управлять своей страной непосредственно». Женщина (стоит недалеко от письменного стола мужчины, который продолжает разговаривать по телефону, держит большую сумку и лист бумаги в руке) говорит: «Или через посредство свободно избранных представителей».

В буклете «Туризм и отдых» объемом 263 страницы формата А4 иллюстрации распределяются следующим образом: 40% составляют изображения одиноких женщин, 20% - одиноких мужчин, 30% - изображения групп (два и более человек), 10%-детей.

Таким образом, с целью привлечения внимания к услугам и объектам отдыха

рекламодателями используются образы молодых красивых женщин, которые ассоциативно объединяются с атрибутами курортных развлечений. Особо подчеркнем эксплуатацию образа одиноких женщин, которых представлено в иллюстрациях заведомо больше, чем одиноких мужчин (соответственно 40% и 20%). Женщина становится приманкой для мужчин, желающих развлечься.

Эксплуатация женского образа как необходимого атрибута привлечения мужчин в курортную зону является замаскированной формой социального и экономического насилия. Полуобнаженное женское тело делает восприятие рекламного изображения гостиницы или природных особенностей курортной местности эмоционально насыщенным и привлекательным.

Если мы уберем с рекламного изображения женскую фигуру, оно становится менее эмоциональным, но зато показывающим действительные условия отдыха (особенности гостиничных номеров, пляжа, ресторана и т.д.). А женский образ перестает ассоциироваться с ассортиментом предоставляемых туристической фирмой услуг.

Анализ средств массовой информации и коммуникации позволяет сделать вывод о закреплении в общественном сознании нескольких стереотипных представлений о женщинах: сексуальная приманка, домохозяйка, нежное существо.

Однако эти образы не только затрудняют социализацию женщины и становятся барьером на пути ее самореализации, но и противоречат правде жизни, которая требует от женщины множества, ответственности, уверенности и других качеств, традиционно приписываемых мужчинам. Именно эти качества помогают женщинам справляться с тяжелыми личными и общественными ситуациями.

Об этом же со ссылкой на Г. Ибсена говорится в исследовании Б. Фридан «Загадка женственности».

В 1879 году в пьесе «Кукольный дом» он сказал, что женщина — просто человек, он задал новый тон в литературе. Тысячи женщин среднего класса викторианской эпохи в Европе и Америке увидели себя в Норе. А в 1960 году, почти столетие спустя, миллионы американских домохозяек, смотревших пьесу по телевизору, также увидели себя, когда услышали слова Норы:

«Ты был всегда так мил со мной, ласков. Но весь наш дом был только большой детской. Я была здесь твоей куколкой-женой, как дома у папы была папиной куколкой-дочкой, а дети были уже моими куклами. Мне нравилось, что ты играл и забавлялся со мной, как им нравилось, что я играю и забавляюсь с ними. Вот что являл собой наш брак, Торвальд. ...Разве я подготовлена воспитывать детей? Мне надо сначала решить другую задачу. Надо постараться воспитать себя самое - и не у тебя мне искать помощи. Мне надо заняться этим самой. Поэтому я уйду от тебя. Мне надо остаться одной, чтобы разобраться в самой себе и во всем прочем. Поэтому я и не могу больше оставаться у тебя».

Пораженный муж напоминает Норе, что самые священные обязанности женщины - это обязанности перед мужем и детьми. «Прежде всего ты жена и мать», - говорит он. На что Нора отвечает: «Я думаю, что прежде всего я человек».

167

<sup>1</sup> В. Розанов находит связь гендера и пола следующим образом: «Действительно - «души сливаются» у особей, когда они сопряжены в органах. Но до чего противоположны (и от этого дополняют друг друга) эти души! Мужская душа в идеале - твердая, прямая, крепкая, знающая вперед, напорающая, одолевающая; но между тем ведь это все - почти словесная фотография того, что стыдливо мужчина закрывает рукою! ...Перейдем к женщине: идеал ее характера, поведения, жизни и вообще всего очерка души - нежность, мягкость, податливость, уступчивость. Но это только - названия качеств ее детородного органа. Мы в одних и тех же словах, терминах и понятиях выражаем ожидаемое и желаемое в мужчине, в душе его и биографии его, в каких терминах его жена выражает наедине с собою «желаемое и ожидаемое» от его органа; и взаимно, когда муж восхищенно и восторженно описывает «душу и характер» жены своей, - он употребляет и не может избежать употребления тех слов, какие употребляет мысленно, когда в разлуке или вообще долго не видавшись - представляет себе половую сферу ее тела. Обратим внимание - еще на следующую тонкую особенность. В психике женской есть то качество, что она не жестка, не тверда, не очерчена резко и ясно, а, напротив, ширится как туман, захватывает собою неопределенно далекое; и собственно не знаешь, где ее границы».



РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ