

Т. Б. Рябова

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК ФАКТОР ОЦЕНКИ СУБЪЕКТОВ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

На первый взгляд характеристика субъектов политического процесса в гендерных терминах не имеет смысла. Политические партии, например, не могут быть ни мужественными, ни женственными. Тем не менее гендерные стереотипы постоянно вовлекаются в маркировку политиков, социальных и политических институтов (см. подробнее: [9, 10]), явлений, которые, казалось бы, не имеют непосредственного отношения к полу. 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 [5, 8].

В данной статье будет проанализирована одна из важнейших функций гендерных стереотипов в политических предпочтениях россиян — их включение в оценку политических субъектов. Каким образом и с какой целью гендерные стереотипы используются для характеристики субъектов политического процесса?

Гендерные стереотипы обычно понимают как устойчивые схематичные и эмоционально окрашенные представления о персональных характеристиках мужчин и женщин. При этом под персональными характеристиками подразумеваются не только личностные качества, атрибутируемые представителям того или иного пола, но также поведенческие и эмоциональные характеристики, приписываемые мужчинам и женщинам¹.

Гендерные стереотипы являются одним из важных ресурсов власти. В течение длительного времени в 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 [4]. Однако власть осуществляется не только через насилие, но и, например, в форме сигнификации и в форме легитимации. В качестве основных ресурсов власти в этом случае функционируют идеи, значения, представления и ценности, или то, что П. Бурдье называет символическим капиталом (см.: [20, р. 12—15]). Поскольку социальные стереотипы принимают участие в производстве значений и ценностей, вовлекаясь в организацию определенной картины мира и в оправдание, объяснение власти, то они становятся ресурсом власти — тем более эффективным, что стереотипные представления широко разделяются в обществе.

© Рябова Т. Б., 2008

¹ О дефинициях гендерных стереотипов подробнее см.: [15, р. 89; 7, с. 19—20; 11].

Вовлечение гендерных стереотипов в процессы сигнификации и легитимации обусловливается рядом причин. Пол является одним из важнейших факторов жизни человека. К полу апеллируют, поскольку он легко идентифицируется человеком, и стереотипные представления о характеристиках мужчин и женщин легко соотносятся с его или ее личным опытом. В организации властных отношений гендерные стереотипы играют особо значимую роль по причине способности гендера устанавливать социальную иерархию, причем не только мужчин и женщин, но и тех социальных объектов, которые обозначаются при помощи гендерных стереотипов. По оценке Дж. Скотт, гендер есть первичное средство означивания отношений власти [13, с. 422].

Иерархизация социальных объектов осуществляется по причине отождествления в патриархатной традиции мужского и женского с властью и подчинением. «Власть» соотносится с маскулинностью такими ее атрибутами, как сила, разум, воля, ответственность, активность, контроль, справедливость. Атрибуты же женственности — в числе которых пассивность, эмоциональность, пристрастность, внушаемость, слабость, беспомощность, нерешительность — связаны, скорее, с подчинением. Другое обстоятельство, которое необходимо учитывать, это то, что маскулинность и ее атрибуты оцениваются в системе координат власти выше, чем фемининность [16]. Именно поэтому власть репрезентируется как мужское в политической риторике, во-первых, и воспринимается как мужское на уровне обычных избирателей, во-вторых.

Иерархизированность мужского и женского, андроцентризм в оценке различий полов [3], 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 метафоризации², которая определяется как перенос качеств и свойств, приписываемых мужчинам и женщинам, на социальные или природные феномены [6, с. 40—41]. Очевидно, маркировка 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 как аргумент в борьбе за власть, а маскулинизация Своих и феминизация Чужих является обычным приемом внутри- и внешнеполитической борьбы [17, 10, 19].

Приписывание политическим субъектам гендерных характеристик может осуществляться при помощи непосредственного указания на их «пол». Не ме-

² Под метафорой понимают употребление слова, обозначающего некоторый класс объектов, для обозначения другого, сходного с данным класса объектов или единичного объекта. Одна из важнейших причин обращения к метафоре состоит в том, что она, работая как аналогия, является действенным способом объяснения структуры и функций вещей [2].

нее часто им атрибутируются «мужские» и «женские» качества и поступки. Чтобы проверить, насколько правомерно говорить о распространенности прямых гендерных маркировок политических институтов, мы попросили респондентов оценить ряд партий в категориях мужественности/женственности³. 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». Распределение ответов приведено в таблице 1.

Таблица 1

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

	Политические партии			
	«Единая Россия»	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. Партии, взгляды которых близки респондентам, наделяются чертами мужественности; и наоборот, Чужие, то есть партии, которые значительно отличаются от Своих, феминизируются. Данные таблицы 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 лишь те, кто заявил о близости своей позиции к позиции «Яблока», убеждены в мужественности этой партии (69,3 %), оценивая ее по этому показателю выше, чем других. Сходным образом, как мы видим, определяют мужественность и женственность Своих и Чужих партий сторонники иных политических сил.

³ Опрос был проведен в Иванове в мае 2007 года. Выборка (N = 400, непропорциональная, стратификационная) репрезентативна для этого города.

Таблица 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 этим политическим партиям. Как мы и предполагали, опрашиваемые приписывали партиям качества в соответствии с теми гендерным маркировками, которые они дали им ранее: так, если «Яблоко» чаще называли «женственной» или «скорее женственной», то именно этой партии 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. 3).

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

Качества	Политические партии			
	«Единая Россия»	КПРФ	«Яблоко»	ЛДПР
Сила	80,1	9,8	1,3	16,2
Забота	35,5	23,4	6,8	9,4
Решительность	45,2	15,2	5,5	43,3
Пассивность	5,4	21,8	56,7	9,4
Нерешительность	3,4	21,2	46,6	5,8
Разумность	51,0	17,7	9,8	12,3
Храбрость	25,3	10,4	3,6	40,8
Слабость	5,7	28,2	46,3	12,3
Верность убеждениям	32,7	53,2	9,4	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 опрошиваемых, назвавших 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.

Анализируя роль гендерных стереотипов в политических предпочтениях, мы посчитали необходимым остановиться и на другом важном 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. 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 опрошиваемые 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 (исключениями являлись трусость, которую опрошенные считают присущей и тому и другому полу, а также жестокость, агрессивность, амбициозность, кото-

рые обычно приписываются мужчинам). Таким образом, тезис об андроцентризме политической сферы находит подтверждение в том, что более высокую 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».

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. Кроме того, и это было одной из гипотез исследования, оценки сопровождаются ингрупповым фаворитизмом. 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 (С. Лавров, Г. Греф), лидеры партий (С. Миронов, Б. Грызлов, Г. Зюганов).

В данном случае интересен не столько персональный список, составленный респондентами, сколько то, что послужило основанием для их выбора. Часть опрошенных (5,5 %) дали объяснения общего характера, которые, тем не менее, характеризуют их представление 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; в нем чувствуется мужская сила характера.*

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 опрошенных являлась связь политика с армией или силовыми структурами, его успехи в спорте (*... потому что он военный, 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, составляют 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. 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.*

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 отвечающих, ни их возраст не выступили фактором, определяющим различия в оценках. Гипотеза о маскулинизации Своих получила подтверждение: основным фактором, дифференцирующим ответы респондентов на этот вопрос, явились именно их политические предпочтения. Симпатии к Своим политикам порождают не только представления об их решительности, силе, справедливости, но и уверенность в их мужественности.

Таблица 4

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

Политик	Взгляды какой партии Вам ближе?						
	«Единая Россия»	КПРФ	ЛДПР	«Яблоко»	«Справедливая Россия»	Никакой	В среднем
В. Путин	4,7	4,1	4,3	3,9	4,8	4,2	4,3
Д. Медведев	3,6	2,8	3,2	3,2	2,9	3,3	3,3
С. Иванов	3,9	3,2	3,7	4,1	3,7	3,4	3,6
В. Жириновский	3,3	2,7	4,7	2,6	3,3	3,0	3,1
С. Миронов	3,0	2,4	2,7	2,6	2,3	2,7	2,8
Г. Явлинский	2,8	1,8	2,4	3,3	2,4	2,0	2,1
Г. Зюганов	2,5	3,5	2,8	3,6	2,6	2,5	2,6
Дж. Буш	2,5	2,4	3,0	3,0	2,9	2,5	2,5
Э. Лимонов	2,1	2,7	2,7	2,7	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. 4). Заметим, однако, что оценки мужественности В. Путина были высоки у сторонников всех партий (лишь сторонники «Яблока» поставили ему значительно меньший балл), что соответство-

вало стабильно высокому рейтингу президента; он являлся Своим для большинства населения. Степень же мужественности Г. Зюганова, Г. Явлинского, В. Жириновского их сторонниками и противниками оценивалась 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, оценивая 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 антиамериканизма [12].

Таким образом, можно сделать ряд принципиальных выводов. Гендерные стереотипы выступают фактором политических предпочтений современных россиян. Они оказывают влияние на оценку субъектов политического процесса. 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 фемининное, что позволяет говорить об андроцентризме политического дискурса. Это обуславливает определение власти как мужского; обоснование притязаний на власть предполагает демонстрацию собственной маскулинности. Данные опроса подтверждают положение об ингрупповом фаворитизме в функционировании социальных стереотипов: Свои маркируются как мужественные и описываются в терминах с мужскими коннотациями, Чужие — как женственные и описываются в терминах с женскими коннотациями.

Библиографический список

1. Айвазова С., Кертман Г. Мы выбираем, нас выбирают: Гендерный анализ парламентских и президентских выборов 2003—2004 годов в России. М., 2004.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры / Под ред. Н. Д. Арутюновой. М., 1990.
3. Воронина О. А. Феминизм и гендерное равенство. М., 2004.
4. Ильин М. В., Мельвиль А. Ю. Власть // Полис. 1997. № 6.
5. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999.
6. Кирилина А. В. Гендерная метафора // Словарь гендерных терминов. М., 2002.

7. *Клецина И. С.* Гендерная социализация. СПб., 1998.
8. *Рябов О. В.* «Россия-Матушка»: Национализм, гендер и война в России XX века. Штутгарт; Ганновер, 2007.
9. *Рябова Т. Б.* Гендерный дискурс как оружие политической борьбы // *Женщина в российском обществе.* 2003. № 1/2.
10. *Рябова Т. Б.* Мужественность и женственность в политическом дискурсе современного российского общества // *Гендерные исследования.* 2004. № 1.
11. *Рябова Т. Б.* Пол власти: гендерные стереотипы в российской политике. Иваново, 2008. Гл. 1.
12. *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.
13. *Скотт Дж.* Гендер: Полезная категория исторического анализа // *Введение в гендерные исследования: Учеб. пособие / Под ред. И. А. Жеребкиной.* Харьков; СПб., 2001. Ч. 2.
14. *Хасбулатова О. А.* Гендерные стереотипы в политической культуре: Специфика российского опыта // *Женщина в российском обществе.* 2001. № 3/4.
15. *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 / Ed. by R. D. Ashmore, F. K. Del Boca.* New York, 1986.
16. *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.
17. *Cohn C.* Wars, Wimps, and Women: Talking Gender and Thinking War // *Gendering War Talk / Ed. by M. Cooke, A. Woollacott.* Princeton, 1993.
18. *Kahn K. F.* Political Consequences of Being Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns. New York, 1996.
19. *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 / Ed. by A. Markarov.* Iowa City, 2002.
20. *Scott J.* Power. Cambridge; Malden, 2001.
21. *Sreberny A., van Zoonen L.* Gender, Politics and Communication: Introduction // *Gender, Politics, and Communication / Ed. by A. Sreberny, L. van Zoonen.* Hampton (N. J.), 2000.