

КИСЛОВСКАЯ Екатерина Владимировна — студентка 4-го курса факультета социологии и политологии Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-кт, 49; kate.kislovskaya@gmail.com)

КОНСТРУИРОВАНИЕ ИМИДЖА ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА

Аннотация. Сегодня женщины активно осваивают область политики, занимают высшие государственные посты, участвуют в управлении на федеральном и муниципальном уровнях. Однако область женского политического имиджмейкинга все еще недостаточно изучена. Большинство российских женщин-политиков формируют свой образ, основываясь на «мужских» техниках. А ведь электорат воспринимает женщин совсем иначе, чем мужчин; кроме того, гендерная стереотипизация политики является чрезвычайно острым для России вопросом, который необходимо учитывать.

Ключевые слова: женщина-политик, гендерная стереотипизация, политический имиджмейкинг

Современные реалии российского политического процесса свидетельствуют о возрастании роли личности политиков в функционировании системы политической власти.

Статичность и однообразие российского политического процесса, где долгое время действует ограниченный круг одних и тех же политиков, является отрицательным фактором, который в долгосрочной перспективе может негативно сказаться на отношении электората к действующей власти и повлечь массовые недовольства и протестные акции. Во избежание развития негативного сценария необходимо расширить круг политических акторов за счет появления новых, ярких кандидатов, способных составить конкуренцию уже действующим игрокам политической арены.

Анализ мирового опыта показывает тенденцию к расширению политического поля по нескольким характеристикам, таким как гендер и этническая принадлежность. Популярность получает так называемый феномен первых. Появляются «первая женщина-президент в Республике Южная Корея», Барак Обама — «первый чернокожий президент США» и т.д.

Россия — страна многонациональная, и этнический принцип не является препятствием для попадания во власть, однако с гендерной составляющей дела обстоят не столь прогрессивно. Женщина в российской политике — явление не уникальное, но и обыденным его назвать сложно. А ведь уровень гендерного равенства во многом является показателем развитости гражданского общества и демократии в стране.

Российская женщина-политик сталкивается со многими препятствиями на пути к высшим государственным постам и власти в целом. Причин этому несколько. Во-первых, уровень патриархальности российского общества, особенно ярко выраженный в регионах, и вытекающее из него явление гендерной асимметрии отечественной политики. Во-вторых, не менее высокий уровень гендерной стереотипизации, который зажимает женщин в узкие рамки «исконно женских» социальных ролей. Наконец, проблемы возникают еще на этапе конструирования политического имиджа, который является неотъемлемой частью любого успешного политика.

Вопрос женского политического имиджа изучен крайне слабо и в основном базируется на хорошо изученных техниках мужского имиджмейкинга. Однако, учитывая отличие восприятия электоратом женщин-политиков и мужчин-

политиков, подобный подход может стать губительным при формировании женского политического образа.

Гендерная стереотипизация, присущая российскому обществу, казалось бы, фактор исключительно негативный с точки зрения формирования имиджа женщины-политика. Но и из него можно при желании извлечь выгоду. Многие стереотипы носят биполярный характер. К примеру, стереотипной женской «глупости» можно противопоставить не менее стереотипную женскую мудрость. А знаменитая «женская логика», которую «ни за что не понять», противопоставит женскому чутью и интуиции, о которых также ходят легенды.

В ходе исследования имиджа женщины-политика был проведен социологический опрос. Выборка респондентов составила 100 чел., 70% опрошенных — молодежь в возрасте от 18 до 25 лет. Полученные результаты могут дать пищу для размышлений и выработать основные направления, в которых может развиваться женский политический имиджмейкинг. Опрос показал, что в целом российский избиратель одобряет участие женщин в политике: такого мнения придерживаются около 94% опрошенных. Тем не менее только 29% считают, что женщины способны достичь высокого государственного поста своей упорной работой и в результате постепенного подъема по карьерной лестнице, остальные опрошенные отметили, что во власть возможно пробиться, только имея влиятельных родственников (59% опрошенных) либо влиятельного покровителя (12%). Однако нам кажется, что подобные результаты описывают представление граждан о всей системе в целом, а не являются особенностью гендерного восприятия.

На вопрос: «Хотели бы Вы, чтобы в России женщины занимали высшие государственные посты наравне с мужчинами?» — позитивно ответили около 66% опрошенных, 15% выразили свое нежелание видеть женщин на высоких политических постах, 19% затруднились ответить на поставленный вопрос. Интересно, что 88% опрошенных считают, что женщина-политик не должна ставить крест на своей личной жизни и вполне способна совмещать семью и карьеру.

В ходе исследования была выявлена также «отраслевая» стереотипизация женской политики. Она заключается в том, что женщины занимают высшие посты в традиционно «женских» отраслях, таких как образование, здравоохранение. Так, около 76% опрошенных отметили наибольшую компетенцию женщин в этих сферах общественной жизни, 43% респондентов считают, что женщины-политики способны контролировать сферу экономики, 24% — торговлю, и 20% отметили компетентность женщин в сфере сельского хозяйства. Крайне интересными оказались ответы респондентов на вопрос: «Согласны ли вы с выражением “Политика — не женское дело”?» Только 58% опрошенных были не согласны с подобным выражением, 5% респондентов полностью с ним согласились, а 37% выразили частичное согласие, что еще раз акцентирует внимание на феномене гендерной стереотипизации.

Наконец, респондентам было представлено на выбор 4 типа женщин-политиков. Первый тип — «железная леди», ярким представителем которого является Маргарет Тэтчер. Этому типу присуща жесткость, расчетливость, холодный ум, забота о безопасности общества, строгая элегантность. За данный тип проголосовали 40% респондентов. Второй тип — «мать». Для этого типа характерна ярко выраженная забота о социальном секторе, доброта, простота, открытость. Симпатию к этому типу выразили 22% опрошенных. Следующий тип, который отметили 22% опрошенных, — «первая леди». У этого типа ярко выражено женское начало, особое внимание уделяется акценту на внешний вид; представителем такого типа можно назвать Юлию Тимошенко. И наконец, «мужчина в юбке». Этому типу присущ мужской стиль работы — акцент на делах, а не на

внешнем виде. Яркий представитель – Ангела Меркель. Такому типу отдали предпочтение лишь 5% респондентов.

Подводя итог, нужно выразить необходимость дальнейшего научного изучения женского политического имиджа. Результаты опроса еще раз доказали, что, хотя уровень гендерной стереотипизации довольно высок, большой процент опрошенных представителей электората выступает за женское участие в политике. Распространенное мнение, что женщина, находясь на мужской территории, также должна действовать и выглядеть «по-мужски», не подтвердилось. Стойкость, расчетливость, дальновидность – все эти качества, безусловно, должны присутствовать, но элегантный стиль и ухоженность принесут дополнительные баллы в копилку женщины-политика.

KISLOVSKAYA Ekaterina Vladimirovna, 4th year student of the Faculty of Sociology and Political Science, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; kate.kislovskaya@gmail.com)

THE CONSTRUCTION OF THE FEMALE POLITICIAN'S IMAGE IN RUSSIA: PROBLEMS AND ADVANTAGES

Abstract. *Today, women are actively pursuing politic sphere, holding top government posts, and participating in government at the federal and municipal levels. However, the area of women-s political image making is still insufficiently studied. Most Russian women politicians shape their image based on male techniques. However, the electorate perceives women quite differently than men; in addition, the gender stereotyping of politics is an extremely acute issue for Russia, which must be taken into account.*

Keywords: *female politician, gender stereotyping, political image making*

АБРАДОВА Екатерина Сергеевна – студентка 4-го курса факультета социологии и политологии Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-кт, 49; abradova@yandex.ru)

ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ УКРАИНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПОСТМАЙДАННЫЙ ПЕРИОД (2014–2018 гг.)

Аннотация. *После государственного переворота 2014 г. и прихода к власти в Киеве откровенно националистической элиты процессы радикальной украинизации проявились с новой силой. Главная цель власти сегодня – формирование нового, проевропейского цивилизационного выбора Украины путем изменения культурно-исторической и национально-этнического детерминанта значительной части населения. Определить, какие методы и технологии использует современная украинская власть для достижения этих целей, – главная задача этой работы.*

Ключевые слова: *идентичность, политика идентичности, политические технологии, Украина*

В современном мире сложно переоценить роль осмысленной, грамотно выстроенной политики идентичности. Для многих постсоветских госу-