

Гендерная проблематика в финансово-экономических изданиях на примере журнала "Форбс"

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Полякова Настасья Владиславовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: adrian.kavallini@gmail.com

Идеи феминизма и равноправия, которые являются популярными в современном обществе, находят свое отражение и в экономической сфере. Политика и экономика уже несколько веков остаются исключительно «мужскими» темами, поэтому постепенное обесценивание женщин в рамках этих сфер является новым явлением для современного общества.

В условиях стремления к равенству в правах с мужчинами женщины стремятся показать свою самостоятельность. При этом женский образ часто освещается только с позиции «женских качеств - внимание сосредоточено на реализации женщин в семье, а не в карьере. Финансово-экономические журналы ставят перед собой задачу придерживаться политики гендерной нейтральности, однако в русскоязычных финансово-экономических журналах это прослеживается неявно. Учитывая, насколько образ, который транслируется в профессиональных медиа, важен для современного общества, необходимо признать важность исследуемой темы.

Гендерное неравенство проявляется как в статьях на профессиональные темы, в интервью, так и в графических материалах - например, на обложках журналов и на фотографиях в материалах. В работе предстоит исследовать гендерную проблематику в финансово-экономических журналах.

При исследовании данного вопроса возникает проблема, которая связана с возможностью объективной оценки: аргументы в поддержку материалов, раскрывающих женщин не только с точки зрения профессиональной реализации, но и личной, и против нее широко обсуждаются в социальных сетях - это рассматривается в том числе в исследовании пост-феминистской культуры[1].

На актуальность рассматриваемой проблемы указывает тот факт, что данная тема получила широкое распространение в СМИ и в социальных сетях, политика гендерной нейтральности является ключевой при отборе кандидатов на те или иные должности, а место женщины в экономике становится более явным.

При исследовании темы мы сталкиваемся с некоторой дилеммой: с одной стороны, проявляется исключительно отрицательный образ по отношению к образу женщины-предпринимателя и успешной женщины, а с другой стороны можно наблюдать гиперболизированный образ значимости карьеры в жизни человека и в первую очередь женщины. Как правило, между этими дискурсами сложности найти точку равновесия, в котором не будет перегиба в ту или иную сторону. Регулирование гендерной проблематики в сфере занятости рассматривается в нескольких работах: в рамках данного исследования нас интересует исследование гендерной проблематики в экономике и ее отражение в финансово-экономических журналах[2].

Задача рассмотрения возможности женской реализации в карьере и освещение этого в СМИ, в частности не представляя женщину только в качестве «хранительницы очага» очень важна, поскольку это способствует установлению не формально-юридического, а

реального гендерного равенства в обществе. В этой связи наблюдается определенная политика средства массовой информации, направленная на популяризацию женского успеха. В конечном счете этот успех может выражаться в разных формах, однако в СМИ так или иначе женская повестка занимает значимое положение. Рассмотрение гендерных ролей представляет собой интерес для ученых[3].

В последние годы отмечается рост интереса исследователей к данной проблематике. Гендерная проблематика остается одной из ведущих проблем в постиндустриальном обществе, со времени второй волны феминизма. Возрастание роли гендерного равноправия в обществе повышает освещаемость исследуемого вопроса, поскольку гендерные роли и специфика гендерных отношений является предметом исследований социологов, психологов, правоведов и других специалистов в различных областях.

В России гендерная проблематика в экономической сфере широко исследована.

В работе «Гендерная экспертиза и законодательная политика» коллектив авторов исследует вопросы соблюдения равенства и прав граждан в сфере труда и занятости, правовое регулирование предпринимательской деятельности. Е.В. Изотова, Е.В. Кочкина и Е.В. Машкова приводят материалы, которые исследуют социальную роль женщины-руководителя и социально-экономическое положение женщин-предпринимателей^[4].

Н. Вульф в работе «Миф о красоте» исследует гендерные стереотипы в сфере труда и СМИ, связанные с отражением образа женщины как с точки зрения профессиональных, так и с точки зрения личных качеств^[5].

Учебное пособие «Введение в гендерные исследования» рассматривает особенности реализации мужчины и женщины в экономической сфере, раскрывает тему гендерной структуры занятости и половой дискриминации в сфере занятости^[6].

Междисциплинарность темы позволяет рассмотреть взгляды специалистов из разных областей и сформировать четко выстроенную систему взглядов, отражающих представленную проблему.

В работе будет рассмотрен журнал «Форбс» - один из ведущих финансово-экономических журналов. На примере журнала «Форбс» будет проведен анализ публикуемого контента и его характер; будет проведен анализ комментариев и реакций на представленный контент, анализ визуального материала.

Инструментарий работы составляют сравнительный анализ публикуемого контента и его оценки, анализ литературы по исследуемой теме, систематизация исследуемого контента.

1. [1] Gill, R. Postfeminist media culture. *European Journal of Cultural Studies*. - 2007. - №10. - P. 147-166.

[2] Изотова Е.В., Кочкина Е.В., Машкова Е.В. Гендерная экспертиза и законодательная политика. - М.: Аванти плюс, 2004.

[3] Kalof, L., Cargill, T. Fraternity and sorority membership and gender dominance attitudes. *Sex Roles: A Journal of Research*. - 1991. - №25. - P. 417-423.

^[4] Изотова Е.В., Кочкина Е.В., Машкова Е.В. Гендерная экспертиза и законодательная политика. - М.: Аванти плюс, 2004.

^[5] Вульф Н. Миф о красоте. - М.: Альпина нон-фикшн, 2021.

^[6] Введение в гендерные исследования: Учеб. Пособие / Под ред. И.В. Костиковой - М.: Изд-во МГУ, 2000.

Источники и литература

- 1) Ashcraft, C. Technology and sexuality—What’s the connection? Addressing youth sexualities in efforts to increase girls’ participation in computing. *Learning, Media &*

- Technology. – 2015. – №40. – P. 437–457.
- 2) Awais, M., Maqbool K., Ali F., Saeed M. Social Medias Contribution to Self sexualizations Behaviors Among Male Students: The Mediating Role of Self Objectification and Internalization of Rewarded Beauty. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*. Дата обращения – 01.05.2021. URL: <https://www.abacademies.org/articles/social-medias-contribution-to-self-sexualizations-behaviors-among-male-students-the-mediating-role-of-self-objectification-and-int-9562.html>
 - 3) Blower, L. It's 'Because I am a Woman': Realizing identity to reconstruct identity for the female autobiographical inquiry. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*. – 2016. – №22. – P. 88–101.
 - 4) Gill, R. Postfeminist media culture. *European Journal of Cultural Studies*. – 2007. – №10. – P. 147–166.
 - 5) Gramazio S., Cadinu M., Guizzo F., Cargagli A. Does sex really sell? Paradoxical effects of sexualization in advertising on product attractiveness and purchase intentions, Sex roles. – 2020. – Дата обращения – 01.05.2021. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-020-01190-6>
 - 6) Halliwell E., Malson H., Tischner I. Are contemporary media images which seem to display women as sexually empowered actually harmful to women? – *Psychology of Women Quarterly*. – 2011. – P. 39-43. Дата обращения – 01.05.2021. URL: <https://vhil.stanford.edu/pubs/2013/the-embodiment-of-sexualized-virtual-selves/>
 - 7) Kalof, L., Cargill, T. Fraternity and sorority membership and gender dominance attitudes. *Sex Roles: A Journal of Research*. – 1991. – №25. – P. 417–423.
 - 8) Portes, A. Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A conceptual Overview. // *The Economic*
 - 9) Robinson, T., Callister, M., Clark, B., Phillips, J. Violence, sexuality, and gender stereotyping: A content analysis of official video game web sites. *Web Journal Of Mass Communication Research*. – 2008. – №13. – P. 1–17.
 - 10) Sills, S., Pickens, C., Beach, K., Jones, L., Calder-Dawe, O., Benton-Greig, P., Gavey, N. Rape culture and social media: Young critics and a feminist counterpublic. *Feminist Media Studies*. – 2016. – №16. – P. 935–951.
 - 11) Vandebosch, L., Eggermont, S. The interrelated roles of mass media and social media in adolescents' development of an objectified self-concept. *Communication Research*. – 2016. – №43. – P. 1116–1140.
 - 12) Вульф Н. Миф о красоте. - М.: Альпина нон-фикшн, 2021.
 - 13) Де Бовуар С. Второй пол . - М.: Азбука, 2021.
 - 14) “Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации” от 27.07.2006 N 149-ФЗ.