

Имидж женщины – политического лидера в современной России



Фатыхова Д.Р.

Аспирант кафедры прикладной политологии
Казанского государственного университета

В статье рассматривается проблема построения и функционирования имиджа женщины – политического лидера. Современная познавательная ситуация характеризуется возрастанием интереса к проблеме конструирования политического имиджа. Между тем при всем внимании к уяснению значения имиджа конкретных субъектов политики практически мало изученной остается проблема политического имиджа в гендерном аспекте.

Политическое лидерство представляет собой сложную систему со своей структурой и процессом формирования, является объективным явлением, присущем любой политической системе. Сегодня политика становится все более распространенной профессией и важным видом деятельности, вовлекающим все большее количество людей в свой круг. Естественно, что и женщины выбирают политическую деятельность, становятся ее субъектами, поскольку обладают соответствующим образованием, знаниями, амбициями, желанием реализовать свои возможности на сложнейшем политическом поприще. И если даже политиком становится мужчина, то неминуемо его супруга так или иначе становится вовлеченной в политическую деятельность.

На сегодняшний день женщины лидируют не только по численности населения, но и доминируют как работники, составляя половину занятого населения. Они преобладают по сравнению с мужчинами в таких жизненно важных сферах, как здравоохранение, образование, социальная работа, гуманитарные науки, культура, уход за детьми и престарелыми, сфера услуг и информации. Но при этом женщины

не располагают теми же возможностями, что и мужчины. В современном мире женщины представляют собой традиционное социальное меньшинство в политике и, как правило, не оказывают влияния на принятие решений в вопросах экономического и политического развития, безопасности государства, дипломатии и т.д. [1, с. 5].

Взяв в 1917 г. власть, большевики провозгласили освобождение женщин и подвели под этот лозунг соответствующую юридическую базу. Был оформлен законодательно комплекс прав, которые женщины многих развитых стран мира получили лишь в середине XX века. Нельзя отрицать также, что в первые годы советской власти был накоплен большой организационный опыт, позволивший в кратчайшие сроки решить многие принципиальные вопросы положения женщин. В государственных, партийных и общественных организациях той поры существовал специальный механизм по работе среди женщин: женские советы, работа которых велась под руководством женотделов. Надо признать, что в 20-е гг. задача привлечения женщин к общественной жизни, участия их в политической деятельности решалась быс-

тремя темпами. Женщин не только призывали к общественной деятельности, но и создавали механизм, позволяющий включиться в нее. В этом была большая заслуга и женотделов.

С 1930 г. “женский вопрос” стал считаться решенным, и он исчез из политики партии, ее организационных структур и из научных дискуссий. Забота о “политической роли женщины в обществе” проявлялась в системе квот участия женщин в представительных органах власти. В 1980-1985 гг. доля женщин в Верховном Совете РФ составляла 35 %; в Верховном Совете СССР – 32,8 %; в Верховных Советах союзных республик – 36,2 %; автономных республик – 40,3 %.

Эти квоты не отражали истинное положение женщин в политической жизни страны, хотя нельзя не признать, что на низовом, локальном уровне женщины были достаточно активны, и их представительство в местных органах власти было высоким. Это общемировая тенденция. Некоторые западные политические аналитики даже полагают, что женщины имеют стремление считать местный уровень участия более приемлемым для себя идеологически и политически, чем центральную власть. Очевидно, это объясняется тем, что на местном уровне решаются конкретные практические задачи, связанные с жизненными интересами женщин региона, а также более ясно видны результаты работы депутата.

Первые выборы без квот в стране в 1989 г. и в 1990 г. разрушили миф о решении “женского вопроса” в СССР и о политической роли женщины в обществе. Женщины полностью проиграли выборы. Это произошло прежде всего по причине их низкой политической активности и организованности, но и показало отношение общества к женщине-политику. В 1990 г. среди народных депутатов России женщин было всего 3 %, а среди членов Верховного Совета – 8,9 %.

Реформы второй половины 1980-х годов – перестройка – радикально изменили отношение к политике в российском обществе. Политическое участие стало способом проявления гражданского отношения к реформам. В 1989-90-х годах резко возрос уровень массовости в общественных движениях. Иным стало отношение

к выборам, к тем, кто избирается в органы государственной власти. Формальное, пассивное, обязательное участие в комсомольской, партийной, профсоюзной и депутатской общественной (политической) работе сменилось массовым энтузиазмом. Начало радикальных экономических реформ (январь, 1992 г.) повлекло за собой спад массовой мобилизации.

Итоги выборов в Федеральное Собрание в декабре 1993 г. несколько улучшили картину: в Федеральном Собрании 11,4 % депутатов – женщины, в Совете Федерации – 5,6 %, в Государственной Думе – 13,6 %. Большая заслуга в этом принадлежала организованному в октябре 1993 г. политическому движению “Женщины России”, одной из целей которого было повышение социально-политической активности женщин и выдвижение их в органы власти на уровне принятия решений. Однако на выборах в 1995 году в Государственную Думу это движение не попало.

Сегодня в Государственной Думе России 62 женщины-депутата, что составляет около 14 % от общего количества депутатских мест. По сравнению с прошлым составом (около 10 % женщин-депутатов) депутатский корпус обновился, в его составе лиц прекрасного пола стало больше. Такой прирост был обусловлен проведением выборов по пропорциональной избирательной системе, голосованием по партийным спискам, когда известные спортсменки и представительницы артистической среды были включены в списки кандидатов от политических партий в качестве «паровозов». С другой стороны, до заветной планки в 30 процентов женщин-депутатов, которая была установлена в ходе Всемирной женской конференции, организованной ООН в Пекине в 1995 году, нам еще очень далеко.

В современном российском общественном сознании существует глубокая асимметрия в критериях оценки женщин и мужчин как руководителей, политических деятелей. С одной стороны, как правило, с трудом, но воспринимается способность женщин к лидерству, самостоятельности, объективности, политическому маневру. С другой стороны, сложившаяся модель руководителя налагает свой отпечаток на образ женщины-лидера. Он формируется на

основе некоего «мужского» стандарта. В соответствии с ним одежда, поведение, манера обращения женщин претерпевают своеобразные изменения. Происходит своего рода «маскулинизация» имиджа женщин-политиков. В результате компрометируется сама идея женщины-руководителя [1, с. 5; 2].

Когда анализируются соотношение мужчин и женщин во власти, невольно возникает вопрос: если имидж – это столь тщательно продумываемый и прорабатываемый до мелочей образ, то как объяснить столь заметный «неуспех» имиджмейкеров женщин-политиков? Либо мы имеем дело с многослойными психологическими структурами в сознании человека, устойчивость и влияние которых трудно преодолеть.

Действительно, женщина как политик представляет сложное задание для имиджмейкера. Путь, по которому часто строится такой имидж, ведет к уменьшению чисто женских характеристик. Один из имиджмейкеров даже жестко советовал в этом случае делать прическу более мужской, иметь вариант мужской профессии и т.д. Таким образом идет подстраивание под какой-то образ. Откуда берется такой вариант рассуждений? Дело в том, что массовое сознание обладает значительной консервативностью. По этой причине оно опирается на представление о женщине как «хранительнице семейного очага», а не «охотнике», даже политическом [1; 7].

Если в политическом пространстве имидж играет символическую роль, персонифицирует политику, то вряд ли для гражданина страны с глубокими патриархальными традициями женщина может символизировать власть. Добавим к этому, что большинство россиян не видят в низком политическом статусе женщин социальной несправедливости. Как это ни парадоксально, женщина не может особо рассчитывать на женский электорат, который видит защитника своих интересов именно в мужчине.

Имиджи политиков-мужчин в современной России весьма разнообразны. Мы встречаем «гуманитариев» (Е. Гайдар), «хозяйственников» (Ю. Лужков, М. Шаймиев), «борцов» (В. Анпилов), «людей власти» (В. Черномырдин, Е. Примаков), «силовиков» (В. Путин), «технократов» (Б. Немцов, А. Чубайс), «бизнесменов» (А. Лебедев), «экзотиков» (В. Жириновский, В. Шан-

дыбин). В данном случае критерием имиджа является способ принятия решений и манера поведения в сфере политики [2; 4].

Предоставить же широкую типологию имиджей женщин-политиков довольно сложно в силу недостаточной научной разработанности этой темы и скудности эмпирического материала. Многие ученые сходятся в том, что в России нет устойчивого образа женщины-политика. По нашему мнению, применительно к российской действительности наиболее плодотворной является типологизация, представленная отечественной исследовательницей О.В. Поповой. Она выделяет четыре основных (базовых) типа имиджей женщин-политиков: «деловая женщина» (И. Хакамада, Э. Набиуллина, Т. Голикова), «интеллигентная интеллектуалка» (Э. Памфилова, Е. Лахова), «деятель советского образца» (Л. Слиска, В. Матвиенко), «борец за права» (С. Умалатова, В. Новодворская). Данная классификация опирается на следующие критерии: а) наличие специфической доминирующей черты личности, б) особый стиль действий в публичной политике, в) сформированность и устойчивость социальной группы поддержки [9].

Важным компонентом имиджа является сценарий прихода во власть. Политические биографии женщин формировались либо как продолжение профессиональной карьеры, либо как продолжение политической карьеры советского периода. Подавляющее большинство из них проходили типичные для советского общества лидерские ступени: комсомол – профсоюз – парторганизации. В этих сценариях комсомольские или партийные организации были единственными каналами реализации социальной активности. Многие из них – это бывшие народные депутаты Верховного Совета СССР, а также активистки различных общественных организаций.

Другим значимым компонентом, составляющим имидж политического лидера, является семья, те люди, которым он себя окружает. Характерно, что некоторые имиджевые пособия для женщин, занимающихся управлением, не рекомендуют последним даже ставить на рабочий стол фотографию мужа.

В данном случае женщины оказываются в невыгодном положении. Ведь зачастую цель-

ный имидж с полной контекстной составляющей в образе семьи означает ослабление политической авторитетности. С чем это может быть связано? Когда Галину Старовойтову напрямую спросили, может ли «быть президент замужем», она ответила так: «Я могу выйти замуж в любой момент, у меня есть претенденты, и некоторые из них мне нравятся. Однозначно ясно, что нельзя быть старой девой. Нежелательно женщине быть и бездетной. Я была замужем двадцать один год. Моему сыну 28. Когда мы обсуждали этот вопрос на женском клубе, то женские голоса разделились. Некоторые из них считали, что надо сохранить свободу. Ведь сегодня в России так много одиноких людей, и это естественное состояние для женщины моего возраста. Другие говорили о том, что президент должен воплощать мечту, то есть быть счастливой женщиной в счастливом браке. Но больше всего меня удивило мнение немногочисленных мужчин, которые там были. Они все высказались за то, чтобы я не выходила замуж. Потому что у мужчин гораздо больше доверия к одинокой женщине, чем к замужней. Можно предположить, что, с одной стороны, они бессознательно себя идентифицируют с ее возможным супругом, а с другой – в них проявляется очень большая ревность к тому, кто может оказаться с ней рядом. Мужчины подозревают, что супруг будет влиять на политику жены» [6, с. 3].

И все-таки «президент должен воплощать мечту» не только во имя контекстной составляющей выигрышного имиджа: женщине должна быть присуща особая гендерная роль. Если эта роль искажена до неузнаваемости, то речь идет о некоем бесполом существе. Сегодня становится понятно, что подход, который стремится искоренить в женщине гендерные признаки пола, в корне ошибочен. Психологи отмечают, что женщина в политике может обладать некоторыми преимуществами: женщины более чувствительны к нуждам избирателей, более склонны к нахождению компромиссов, не агрессивны; более демократичны в принятии решений, более склонны к коллективной работе. Стиль лидерства мужчин отличается большей иерархичностью, авторитаризмом и централизацией. Женщина-политик должна использовать свои женские характеристики, такие, как

гораздо большая гибкость, более естественный артистизм.

Таким образом, рассматривая имидж женщины-политика, на наш взгляд, можно выделить некоторые основные принципы его формирования:

1. Имидж – это специально создаваемый, преднамеренно формируемый политический образ для достижения поставленных целей. Следовательно, имидж должен спроецировать ту задачу, которая поставлена на данный момент [5, с. 123].

2. Имидж женщины-политика в сравнении с мужским не должен напоминать его производную, с жестко ограниченным набором возможных средств. Российский опыт показывает, что уменьшение чисто женских характеристики или полный отказ от женственности не оправдывают себя, являясь проигрышной стратегией поведения.

3. Имидж женщины-политика, на наш взгляд, должен быть «пульсирующим». То есть иногда выразительная женственность должна быть уменьшена, например, в коммуникации с женским электоратом, а в определенные периоды чисто женские черты должны превалировать даже в образе самой нестигаемой леди, вступая в конфликт с консервативным сознанием массы. Только аудитория начинает воспринимать ее в мужской ипостаси, как начинает действовать женская ипостась. Примером может послужить имидж Ирины Хакамады, который, пожалуй, и можно охарактеризовать, как «пульсирующий». С одной стороны, она использует образ независимой женщины-интеллектуалки: альтернатива мужчине на посту, который требует жесткого профессионального подхода. Но в то же время в ходе предвыборной кампании Хакамада не боялась подчеркнуть свою «женскую ипостась» матери. В результате этого не возникает необходимого уровня привыкания и предсказуемости [см.: 1; 9].

4. Формируя имидж, женщина должна использовать свои преимущества, данные от природы, реализовав которые она может стать успешным лидером. Женщина-лидер обладает более тонким социальным интеллектом, она тоньше ощущает нюансы отношений, в том числе и отношение к себе [8].

Формирование имиджа женщины-политика необходимо рассматривать как целостную систему, включающую в себя различные аспекты разносторонних областей знания – политологии, психологии, социологии, философии, этикета. Это поле предоставляет широкие возможности для имиджмейкеров и исследователей, где можно проявить различные профессиональные навыки, личностные качества, нередко граничащие с искусством.

Литература:

1. Галеева В. Стоит ли женщине быть мужчиной // PR диалог. – 2004. – №1.
2. Климова С.Г. Образы политиков в представлении россиян // Полис. – 2000. – № 6. – С.66-79.
3. Ольшанский Д.В. Политический ПР. – СПб.: Питер, 2003.
4. Орешкин Д.Б. География электоральной культуры и цельность России. Оценка личностных качеств российских политических лидеров: проблемы измерения и интерпретации // Полис. – 2001. – № 1. – С.73-86.
5. Старовойтова Г. Главное, чтобы жизнь не обошла страстями. // Московский комсомолец. – 1998. – № 4.
6. Ярская-Смирнова Е.Р. Социальная политика и гендер в риторике предвыборной борьбы // Социс. – 2002. – № 11. – С.58-75.
7. Орлова Н. Гендерные аспекты имиджевых характеристик российских политиков // Портал гуманитарного образования. Политические науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://humanities.edu.ru/db/msg/62591> (25.03.2007).
8. Попова О.В. Российские женщины-политики: проблемы эффективности имиджа и формирования группы поддержки / Полит анализ // Доклады центра эмпирических политических исследований СПбГУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.politanalysis.narod.ru/popova3.r.htm> (25.03.2007).

The Image of the Female Political Leader in Contemporary Russia

The article refers to the problem of construction and functioning of the image of the female political leader. Contemporary cognitive situation is characterized by an increasing interest to the problem of political image framing. Nevertheless, even taking into account the attention paid to stating the significance of images of certain political subjects little attention is given to the problem of political image in gender aspect.

