

**Московский Государственный Университет
имени М. В. Ломоносова**

**Факультет журналистики
Кафедра периодической печати**

КУРСОВАЯ РАБОТА

**Тема: «Женщина – спортивный обозреватель
(российский опыт)»**

Курсовая работа
Студентки II курса 215 группы
очной формы обучения
Анастасии Владимировны Ламсковой

Научный руководитель:
К.ф.н.,
доцент
Ольга Владимировна Смирнова

Москва 2014

Содержание

Введение	3
Глава 1. Спорт, СМИ и гендер	6
1.1. Спорт и физическая культура и их место в жизни общества и личности	6
1.3. Спорт и СМИ	9
1.4. Женщины и спорт	11
1.5. Гендерные стереотипы в СМИ и спорте	16
Глава 2. Особенности работы женщин - спортивных обозревателей (на примере российского опыта)	19
2.1. Спортивная журналистика и женщины: цифры и факты	19
2.2. Женщины-спортивные обозреватели (российский опыт)	23
Заключение	32
Приложение (интервью)	37
Список литературы	46

Введение

Уже не одно десятилетие, а скорее даже столетие спорт является неотъемлемой частью жизни человека, социума. Только если во времена античности он воспринимался в основном как образ жизни и культуры, то сегодня он преподносится не только с точки зрения оздоровления и достижения новых результатов, но и в качестве коммерческого продукта, который во многом производят СМИ.

Социальная значимость спорта обусловлена многими факторами, которые проявляются в заинтересованности государства в развитии физической культуры и спорта, вовлечении в спортивную деятельность населения, применении физической культуры и спорта в качестве профилактики различных заболеваний и укрепления здоровья, увеличении роста дохода от спортивных зрелищ и спортивной индустрии, росте объема спортивного теле- и радиовещания и формировании здорового образа жизни. Надо отметить, что с популяризацией спорта в России и большим освещением его в СМИ несколько изменился гендерный состав и аудитория, интересующаяся данной тематикой.

С развитием мировых процессов прекрасная половина человечества старается не отставать и идти в одну ногу с мужчинами. Если задуматься, то сейчас уже, пожалуй, и не осталось областей, в которых не была бы задействована женщина. Что касается спорта, то в последние годы в этой области произошел заметный сдвиг – появляется все больше и больше женщин – спортивных обозревателей. Большинство из них приходит из профессионального спорта, другие просто занимаются тем, что им действительно интересно. Потому что бесспорно, спорт – это то, про что можно говорить только действительно разбираясь в нем и искренне интересуясь им.

Язык спортивной журналистики достаточно отличается от других тематик повышенным количеством конструкций экспрессивного синтаксиса и разговорного синтаксиса, обилием цифр и «сухих» данных (результаты матчей, статистика и пр.). Чтобы материал получился ярким, интересным и увлекательным, необходимо иметь хорошее воображение, способность выразить мысль как-то нестандартно, найдя новые выражения.

Избавиться большинству нашему населению от стереотипа, что женщина должна оставаться женщиной, быть хранительницей очага и заниматься исключительно домашним хозяйством и женскими вещами, достаточно трудно. Поэтому что касается средств массовой информации, а в особенности спортивных изданий, то они являются важным механизмом и инструментом, влияющим на общественное сознание, определяющим социально-экономические и социо-культурные факторы, которые во многом и формируют гендерные стереотипы, диктующие определенные жизненные цели и навязывание устоявшиеся социальные роли, не позволяющие выйти за рамки узкого принятого общественного мнения.

Таким образом, **актуальность данной курсовой работы** определяется следующими факторами:

- ростом популярности спорта в нашей стране и в мире, а также ростом участия женщин в спортивных соревнованиях и спортивной деятельности;
- востребованностью спортивной информации у аудитории, не только у мужской, но и у женской;
- увеличением числа женщин, работающих в спортивной журналистике.

Важно отметить, что значимость и актуальность данной работы обусловлена еще тем, что Россия проводила Зимние Олимпийские и Паралимпийские игры в Сочи в 2014 году, где громко заявила о себе, заняв первое место в общемедальном зачете, и примет у себя Чемпионат мира по футболу в 2018

году. Прошедшая Олимпиада показала миру, что Россия современная, развитая страна со своей богатой культурой, историей, спортом, способная проводить и освещать такие громкие мировые события на высоком уровне, разрушив сложившийся издавна стереотип, что единственными живыми существами в нашей стране являются медведи, живущие у каждого дома, единственным продуктом, употребляемым в пищу – водка, а одеждой – кокошник. Мировая общественность увидела, что в нашей стране вопрос занятости населения, в частности женская часть, решается в положительную сторону и все чаще мы слышим много новых громких имен, заявивших о себе.

Цель исследования – анализ работы женщин – спортивных обозревателей, а также проблем, сопровождающих их карьеру.

Объектом исследования являются женщины, работающий в спортивных средствах массовой информации.

Теоретическая ценность данной курсовой работы заключается в том, что работа может послужить основанием для дальнейшего исследования и изучения вопросов, появляющихся в данном дискурсе, а также для более глубоко понимания особенностей профессиональной деятельности женщин-спортивных обозревателей.

Практическая же ценность работы состоит в возможности для дальнейшего написания квалификационной работы или научной статьи по результатам проведенного исследования.

Глава 1. Спорт, СМИ и гендер.

1.1 Спорт и физическая культура и их место в жизни общества и личности.

Термин «физическая культура» впервые был использован в США и Великобритании в конце XIX века, в России же был употреблен в начале XX века (приблизительно 1908 год). В те времена под этим термином понимали деятельность человека и общества, направленную на физическое воспитание и укрепление здоровья в целом. Что касается «спорта», то этот термин пришел к нам из Англии, точнее его часть от слова «disport», именно поэтому в разных источниках можно найти разное толкование этого термина.

Спорт - сфера социально-культурной деятельности как совокупность видов спорта, сложившаяся в форме соревнований и специальной практики подготовки человека к ним¹. Что касается российской печати, то в ней этот термин впервые был употреблен в 1851 году в «Северной пчеле», и под ним подразумевались практически все виды отдыха на открытом воздухе и различные гимнастические упражнения.

Физическая культура – часть культуры, представляющая собой совокупность ценностей, норм и знаний, создаваемых и используемых обществом в целях физического и интеллектуального развития способностей человека, совершенствования его двигательной активности и формирования здорового образа жизни, социальной адаптации путем физического воспитания, физической подготовки и физического развития.²

¹ Федеральный закон «О физической культуре и спорте в РФ» от 2007 года

² Федеральный закон «О физической культуре и спорте в РФ» от 2007 года

Между этими двумя понятиями есть важное различие – в отличие от физической культуры, направленной на поддержание здоровья и фигуры в норме, в спорте обязательно присутствует соревновательный компонент.

Спорт – это тренд, оставляющий свой отпечаток на жизни всего социума. Как бы ни парадоксально это было, но именно спорт сплетает, соединяет всех людей в одно единое целое вне зависимости от их вероисповедания и политических взглядов. Например, если говорить о таком мировом событии, как Олимпиада – миллионы телезрителей у экранов и тысячи на стадионах, и каждый человек автоматически становится ячейкой одной большой системы, переживающей и поддерживающей любимых спортсменов и национальную команду.

Что касается области спорта и физической культуры, то они, как и прочие общественные явления, такие как наука, искусство, медицина и пр. имеют свои особенности и закономерности развития. С одной стороны, эти области развиваются самостоятельно: их содержание, организационные формы, сферы действия постоянно интегрируются и дифференцируются³, с другой же они во многом взаимосвязаны с социокультурной, экономической сторонами вопроса. Взять, например, те же спортивные объекты, которые были построены для проведения крупных соревнований. При планировании учитывалась их дальнейшая эксплуатация, возможность их применения не только в качестве спортивной базы, но и в роли места отдыха и развлечения (так, Медиациентр в Олимпийском парке планируется переделать под Торгово-развлекательный центр, а на близлежащих трассах осенью 2014 года пройдет этап Формулы-1).

Спорт оказывает большое влияние на общественное сознание. Имея перед собой достойный пример, человек на подсознательном уровне хочет быть похожим на него. Возможно именно из-за этого и складываются многие

³Захаров П. Я. История физической культуры и спорта: учебно-методический комплекс. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2009. С. 16-17

стереотипы, но создание себе кумира или идола нередко встречается в спортивной сфере. Отсюда и вытекает стремление воспроизводства идеала и того успеха, которого он добился.

В последнее время заметна новая тенденция в формировании активного общественного интереса к здоровому образу жизни. Обусловлено это экономической заинтересованностью граждан в сохранении собственного здоровья как основы успешной жизни и материального благосостояния.

Занятия спортом разворачиваются на фоне общения, в коллективе, под руководством учителя. Именно общение является самым могучим фактором формирования нравственных качеств занимающихся, с самого начала занятий спортом они начинают сознавать причастность к коллективу и в соответствии с правилами и распоряжениями, учатся управлять своими действиями, соотносить их с действиями других. Так укрепляется воля, вырабатывается дисциплинированность, формируется привычка к соблюдению норм нравственного поведения.

Забота о развитии физической культуры и спорта является важнейшей составляющей социальной политики государства, обеспечивающей воплощение в жизнь гуманистических идеалов, ценностей и норм, дающей широкий простор для выявления способностей людей, удовлетворения их интересов и потребностей

1.2 Спорт и СМИ

Первые спортивные обзоры появились в XVIII веке, когда бостонская газета напечатала, а точнее перепечатала информацию о чемпионате по боксу в Англии из британских газет. Первая полноценная спортивная публикация появилась в 1801 году, а в 1819 году – и периодическая спортивная пресса: газета «Американский фермер» освещала результаты состязаний по рыболовству, охоте, стрельбе, велосипедному спорту. С 1850-х годов в американских газетах начали активно публиковаться спортивные репортажи (о конных соревнованиях и крикете), с 1860-х – о бейсболе.

В России же старт спортивной журналистики можно отнести к 1823 году, когда под редакцией П. И. Цорна начал выходить «Еженедельник для охотников и лошадей» - первое издание в стране, посвященное конному спорту. Несмотря на то, что он просуществовал до 1827, пользовался популярностью среди военных людей, в частности кавалеристов.

Такая популярность прессы спортивной направленности в США и Европе имеет несколько причин. Во-первых, процесс становления спортивной журналистики происходил в эпоху капитализма, ведь именно в США появились понятия СМИ и коммерческого спорта. Во-вторых, вырос уровень грамотности и образованности среди населения. В-третьих, произошла волна индустриализации, роста городов, изобретении ротационной машины. Именно эта эпоха стала симбиозом между спортом и СМИ, ведь при появлении чисто национальных американских видов спорта (баскетбол и бейсбол), спорт прочно укоренился на страницах местных газет. Этот процесс был хорошо и тем, что спорт, благодаря освещению в СМИ, получил себе свою аудиторию, которая та, в свою очередь, приносила прибыль масс-медиа, активно интересуясь различными видами спорта.

С ростом популярности разных спортивных дисциплин увеличивалось и их массовое освещение в СМИ. Так, например, в 1921 году состоялась первая спортивная радиотрансляция бейсбольного матча, а в 1936 году Олимпийские игры, проходившие в Берлине, уже транслировались по телевидению на территории, располагающейся рядом с местом проведения соревнований; в 1970 году состоялась первая цветная спортивная телетрансляция. Ставка на спорт средствами массовой информации была сделана еще и потому, что эта сфера жизни человека была наиболее нейтральной, не имеющей острой политической и идеологической проблематики, темой, которой интересовались люди разной национальности и вероисповедания, либералы и консерваторы. Более того, спорт стал неким показателем успешности и развития той или иной нации. Так, в СССР, в США, в Германии, в других странах спортивная пропаганда стала неотъемлемой частью как СМИ, так и всего общества в целом.

Именно СМИ изменили облик всего спорта и отношение к нему, ведь до недавнего времени люди либо не знали, либо не интересовались такими видами, как, например, танковый биатлон, керлинг, шорт-трек. Вся структура спорта стала заточена под средства массовой информации. В теннисе в начале 1970-х гг. ввели перерыв, чтобы избежать длинных двойных игр, что сделало телетрансляцию в разы удобнее. В американском футболе, баскетболе, иногда в хоккее меньше перерывов, зато часты тайм-ауты и свистки за нарушения правил, которые также дают возможность вставить в трансляцию рекламу.

Все больше появляется как специализированной печатной прессы, так и нишевых телеканалов, освещающих исключительно снукер, или бейсбол, или матчи КХЛ и т.д. Правильное же расположение их в сетке вещания способствует привлечению аудитории, а соответственно и прибыли. Именно СМИ сложили современную концепцию спорта, которая воспринимается не только как различные физические упражнения, но и как увлекательное

зрелище. Для большинства людей представления о спорте складываются посредством просмотра спортивных статей и обзоров или просмотром различных спортивных телетрансляций, и знания, полученные ими таким путем, и есть для них спорт.

Сам же спорт в зависимости от СМИ. В настоящее время спорт – это не только физические упражнения и соревновательный дух, но и бизнес, в котором можно заработать большие деньги. Статьи и видеорепортажи привлекают внимание большую аудиторию, в том числе и спонсоров (рекламодателей), готовых заключить контракт с какой-либо командой или определенным спортсменом (обычно выбор падает на известных и титулованных представителей спорта, иначе вложенные деньги могут не окупиться). Таким образом спортсмен или команда раскручивают себя и приобретают наибольшую популярность, а компания при помощи их зарабатывает деньги.

1.3 Женщины и спорт

Спорт, как вид культурной деятельности, осуществляемой честно и равноправно, обогащает общество и укрепляет дружественные отношения между народами. Спорт - деятельность, которая предоставляет человеку возможность самопознания и самовыражения; позволяет ему продемонстрировать личные достижения и возможности, повышать квалификацию, расширять круг общения, укреплять здоровье и повышать свое благополучие.⁴

В последнее время все больше заметна тенденция увеличения числа женщин и девушек, участвующих в спортивной деятельности, но несмотря на это, число представительниц прекрасного пола, занимающих руководящие должности и верхние позиции не увеличилось, что не позволяет нам все же

⁴Брайтонская декларация «Женщины и спорт» // Спорт для всех. - 1997. - № 3-4.

говорить о достижении равных возможностей между мужчинами и женщинами.

Процесс интеграции женщин в спортивную деятельность происходил достаточно долго. Как известно, в античности женщины не принимали участия в Олимпийских играх. Более того, им под страхом смерти запрещалось присутствовать на Играх. Провинившихся сбрасывали со скалы, находившейся на побережье Алфея. Был единичный случай, когда женщину все же удалось обнаружить, но ее не казнили. С того случая и постановили, чтобы спортсмены и их педотрибы (учителя гимнастики в «спортивных» школах древней Греции - палестрах), находящиеся рядом с ними, присутствовали на Играх обнаженными.⁵

На современных же Олимпийских играх, которые были возрождены в 1896 Пьером де Кубертенем, женщины вначале также не участвовали. Поэтому первые соревнования в Афинах обошлись без женщин, которых зато было немало на трибунах. Своеобразная пуританская мораль XIX века считала, что спорт – занятие для мужчин, и для женщины это непристойное времяпрепровождение и деятельность.

Олимпийский дебют женщин состоялся на Играх в Париже (1900). Из 997 спортсменов, принимавших участие, 22 были женщины, которые состязались в 2 спортивных дисциплинах – теннису и гольфу. Шарлотта Купер стала первой олимпийской чемпионкой, выиграв теннисный турнир. В гольфе же весь пьедестал заняли американки.

Несмотря на то, что многие эти игры называли «Ярмарочными играми» из-за их ужасной организации, они имели важное значение и смысл, показав мировому сообществу, что не только мужчины могут принимать участие и выигрывать соревнования подобного крупного масштаба.

⁵ Легенда о Каллипатере (Ференике) из истории Олимпийских игр.

И только с Олимпийских игр 1908 года в Лондоне женщин можно считать полноценными участницами этих соревнований. Они были представлены в таких видах программ, как теннис, стрельба из лука и фигурное катание, всего участие в которых приняло 36 представительниц прекрасного пола. Начиная с этой Олимпиады число спортсменок на Играх начало увеличиваться. Так в Стокгольме на V Олимпийских играх приняло участие уже 57 женщин, а в 1920 году в Антверпене – 64. Помимо увеличения числа спортсменок, расширилась и программа, в которой они выступали (к предыдущим прибавились плавание и прыжки в воду).

В Париже в 1922 г. были проведены первые "женские Олимпийские игры". Женщины участвовали в соревнованиях по атлетическим видам спорта. Четыре года спустя в шведском городе Гетеборг были проведены следующие женские Олимпийские игры. Но эти игры лишены были названия олимпийских и были переименованы в "Женские мировые игры", т.к. МОК стал обладать исключительным правом на использование слова "олимпийский".⁶

На Играх 1924 года, проводившихся снова в Париже, число участников перешагнуло за три тысячи, поэтому неудивительно, что количество спортсменок также выросло и достигло 136 женщин. Тогда же впервые были проведены и соревнования по фехтованию, на которых олимпийской чемпионкой стала датчанка Эллен Осьер. В 1926 году было принято решение о включении в программу Олимпийских игр 1928 г. в Амстердаме пяти женских видов: как прокомментировал это один из спортивных специалистов – «пять гвоздей, забитых в гроб олимпийского движения». Но если учитывать, как начал возрастать интерес женской части населения к спортивному движению и каких выдающихся результатов добивались дамы – с таким утверждением про «гвозди» явно погорячились.

⁶Лейн Лена «Право назвать себя – вопрос власти» // Спорт для всех. - 1997. - № 3-4.

Женские мировые игры проводились еще дважды: в Праге в 1930 году и в Лондоне в 1934 году. На этом и закончилось независимое женское спортивное движение. С конца 30-х годов женщины работали в спортивных организациях на условиях, диктуемых этими организациями. Общий взгляд на проблему заключался в том, что организация являлась целостным организмом, и все, что требовалось от женщин - это вступить в организацию и быть вовлеченными в собственно спорт.

Настоящий фурор в спортивном движении произвели женщины, начав играть в чисто мужской вид спорта – футбол, который всегда в спортивном движении являлся проявлением маскулинности, и какое-либо отношение женщин к нему вызывало особо громкие споры и дискуссии. Поэтому неудивительно, что футбол отменяли и на то находилось несколько причин: что в нем отсутствует какая-либо женственность, что по накалу страстей и эмоциям он ни в какое сравнение не идет с мужским, что он имеет вредные последствия на фигуру и здоровье женщин. Но несмотря на эти предрассудки и дискуссии женский футбол выжил и продолжает и по сей день развиваться. Не так давно в России было отмечен 100-летний юбилей женского футбола в России, получивший свой официальный старт в 1911 году. Именно тогда были созданы первые три женские футбольные команды: команда Коммерческого училища, «Пушкино» и команда Петровско-Разумовской лиги.

Большой толчок в развитии женский футбол получил в 60-х годах прошлого столетия, когда стали функционировать женские федерации футбола и появилась Международная европейская федерация женского футбола. В СССР же Ассоциация женского футбола была организована в 1989 году.

С каждым новыми Олимпийскими играми увеличивались и виды спортивных дисциплин, и число женщин, участвовавших в них. Со временем к чисто женским видам спорта стали прибавляться и такие серьезные «мужские», как хоккей, дзюдо, сани, фристайл... Сейчас уже невозможно

себе представить соревнования подобного масштаба без участия женщин. Более того, каждая Олимпиада приносит новые, громкие имена, вписывает их в историю. Начиная с 1952 года еще не было ни одних Олимпийских игр, где бы ни поднималась на высшую ступень пьедестала наша соотечественница.

Всего в активе спортсменов СССР и РФ вместе взятых – 659 медалей, немалая часть которых была завоевана именно женщинами. Но важно помнить, что мужских видов спорта и номеров программы гораздо больше, чем женских, что женщины в некоторых олимпийских видах вышли на старт позже мужчин. И смотря на современные Игры практически невозможно представить, что буквально 100 с небольшим лет назад участие женщин в соревнованиях считалось нонсенсом.

Если рассматривать руководящие организации, такие, как НОКи, МОК, то ситуация с местом женщин в них не совсем радостная. К сожалению, современная статистика говорит о том, что женщины по-прежнему недостаточно представлены в руководстве корпорациями и спортивными организациями. Сегодня более чем из 100 членов МОК 24 являются женщинами.⁷ С момента образования Международного олимпийского комитета в 1984 году ни одна женщина не входила в его состав; первой женщиной – членом МОК стала Принцесса Лихтенштейна Нора, избранная в 1984 году. Именно с того момента, как МОК возглавил Хуан Антонио Самаранч, ситуация начала изменяться, и в комитете начало появляться все больше женщин.

Как мы видим, МОК медленно, но стабильно продолжает работу по привлечению женщин в свою организацию, прислушиваясь все же к мнению общества и стремясь разрушить хотя бы некоторые разногласия. Поэтому хотелось бы верить, что процесс интеграции женщин в спортивной

⁷ <http://www.olympic.org/ioc>

деятельности необратим и только благотворно скажется, как на Олимпийском движении, так и на других спортивных мероприятиях.

Многие до сих пор задаются вопросом, почему так мало женщин руководителей представлено в организациях. До сих пор присутствует тот факт, что мужчины, коих большинство, более поддерживают друг друга на руководящие посты. При возникновении необходимости назначить кого-то на высокую должность, руководитель скорее выберет себе подобного, так как во многих случаях женщина не рассматривается в качестве равноправного претендента. Женщины-руководители вовлекаются в интриги и профессиональные игры, в которых заявить о себе и победить они смогут, только подавив в себе женственность и проявив внутренний стержень, мужские качества. Ингела Седерберг, исследователь отдела образования шведского UmeaUniversity, ссылается на Аниту Уай, которая утверждает, что только очень настойчивые женщины с чувством «самоуважения» выживают в этой системе.⁸

1.4 Гендерные стереотипы в СМИ и в спорте

Когда вопрос касается различной деятельности, так или иначе, связанной с маскулинностью и ее проявлением, в общественном сознании автоматически возникают стереотипы, гендерные стереотипы относительно роли мужчины и женщины в различных сферах жизни.

Понятие «гендер» было предложено на стыке 50-60х годов XXвека американским психологом Робертом Столлером, который решил разделить биологический пол и социальный пол, в результате чего мужчина становится маскулинным, а женщина – фемининной. Важно помнить, что в отличие от

⁸ Седерберг Ингела «Почему на вершине так мало женщин?»// Спорт для всех. - 1997. - № 3-4.

биологического пола гендер – это социокультурный пол, социокультурный конструкт, создаваемый самим обществом.⁹

Введение данного термина было обусловлено стремлением изменить устоявшийся взгляд на понятие мужественности и женственности, имеющий свои истоки от идеи биологического детерминизма. И если изначально понятие гендера не понималось и не приживалось в научном и обычном мире, то сейчас умолчание о нем говорит о незнании и игнорировании социополовой тематики. Широкое же понимание гендера мотивировано тем, что половые различия включаются в сферу других различных социокультурных признаков. Поэтому гендер оказывается одним из базовых принципов социальной стратификации.

Что касается понятия «стереотип», то оно впервые было употреблено Уолтером Липпманом, американским журналистом в 20х годах прошлого века, который в своей книге «Общественное мнение» определяет стереотип «как упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта человека».¹⁰ А. Ворожбитова стереотипом называет образец чего-либо, стандарт, нечто повторяющееся в неизменном виде в разных сферах жизни общества и отдельного человека. Именно при помощи стереотипов определяется уровень массового сознания, которое и позволяет человеку ориентироваться в обществе.

По содержанию же стереотипы можно классифицировать на положительные и отрицательные, на те, которые сложились в массовом сознании достаточно давно и служат людям на протяжении длительного времени, и устаревшие, требующие переосмысления из-за изменений, возникших в последнее время в социуме.

Если говорить о гендерных отношениях, то они регулируются во многом посредством гендерных стереотипов, которые являются устойчивыми для

⁹ Ворожбитова А. «Гендер в спортивной деятельности» – М.: Флинта, 2010.

¹⁰ Липпман У. «Общественное мнение» - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

определенного общества и определенной исторической эпохи. Смысл же феминизма, как общественного движения, возникшего в XVIII веке и активизировавшегося в 60х годах XX века, объясняется прежде всего борьбой с устоявшимися взглядами на роль мужчины и женщины в социуме.

Стереотипный образ мужчины и женщины в обществе и культуре определяется историческим опытом, этносом, менталитетом, религией, уровнем цивилизованности общества. Так, в основном мужчины представляются в деловом, формальном или неформальном облике, связаны с успехом, активной и эффективной деятельностью, а главным у них в жизни является работа, так как именно мужчина испокон веков был кормильцем семьи. Женщинам же присуща эмоциональность, пассивность перед более сильными людьми, большая заинтересованность своим внешним видом и подобными мелочами, а главное их предназначение – быть хранительницей домашнего очага.

Таким образом, мужчина и женщина в общественном сознании занимают те роли, которые продиктованы гендерными стереотипами. Но нужно отметить, что в последнее время в решении данного вопроса наметился некий сдвиг, так как все чаще в СМИ и других сферах жизни можно заметить как женщин, занимающих активную жизненную позицию и добившихся успеха, так и мужчин, занимающихся ведением домашнего хозяйства и воспитанием детей.

Нельзя не упомянуть и о том, как гендерные стереотипы отражаются на профессии человека. Сейчас устаревшие стереотипные взгляды на многие «мужские» профессии уходит в прошлое, и эта тенденция все больше заметна в мире. Да, есть конечно такие профессии, как, например, шахтер, в которых представлены исключительно мужчины по нескольким причинам (одна из самых опасных профессий в мире, так как каждый млн добытых полезных ископаемых стоит в среднем 4 жизни, необходима выносливость, сила и хорошая физическая форма в целом и т. д.). Но есть и другие

профессии, такие как летчики, военнослужащие, журналисты, в большей степени считавшиеся профессиями, имеющими след маскулинности, в которых все больше и больше представлено женщин, которые наравне с мужчинами прекрасно справляются со своими обязанностями. Не исключено, что женщины понимают, что с них будет больший спрос и больше требований, так как они взялись якобы за «мужское» дело, поэтому и стараются своей работой показать и доказать, что они во многом не уступают мужчинам.

Поэтому следует понимать, что гендерные стереотипы – то процесс, который тормозит развитие цивилизованного общества, искажая массовое сознание, и несмотря на то, что в эпоху XXI века люди стараются бороться с ними, особенно с устаревшими, они в любом случае очень живучи. Что касается средств массовой информации, то они являются своеобразным инструментом в обществе, формирующим мнения, оценки людей, гендерные установки и социополовые стереотипы.

Глава 2. Особенности работы женщин - спортивных обозревателей (на примере российского опыта).

2.1 Спортивная журналистика и женщины: цифры и факты

Как и любая тематическая отрасль в журналистике спортивная имеет свои особенности, и работа человека в этой области – тоже. Основной аудиторией

материалов спортивной направленности, как показывают исследования, являются мужчины (около 75 %), но в последнее время эта цифра снижается за счет привлечения женской аудитории. Но важно помнить, что количественное соотношение аудитории во многом зависит от предметно-тематической направленности, которая откладывает свой отпечаток на массы.

И все же в общественном сознании до сих пор присутствует стереотип «спорт=мужчины», мол, основные потребители информации – представители сильного пола. Наверное, этим и объясняется, что при освещении спортивных событий в СМИ в большем количестве затрагиваются «мужские», распространенные виды спорта (потому что если сравнить частоту освещения матчей РФПЛ и соревнований по художественной гимнастике, понятно, что футбол в разы будет превышать гимнастику).

Так же отличительной чертой спортивной журналистики является оперативность, потому что болельщик, желающий как можно скорее узнать результаты и информацию интересующего события/соревнования, будет остро чувствовать хотя бы малейшее замедление подачи информации. Здесь же заметно и преобладание факта над комментарием, потому что не каждая газета/журнал (если мы не берем специализированные издания) имеет достаточно места для детального описания, и далеко не все готовы тратить время на изучение подробное описание того или иного состязания. Дайте человеку факты, а он, как думающее существо, уже самостоятельно будет способен делать какие-либо выводы.

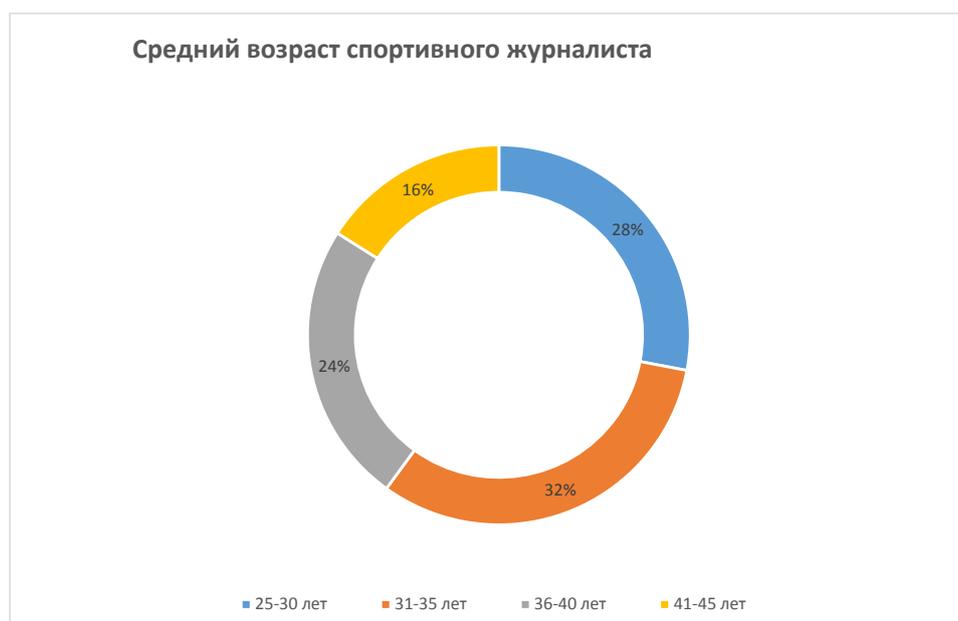
Что касается спортивных журналистов, тот тут получается интересная картина. 25 респондентам было предложено представить образ среднестатистического спортивного журналиста по 5 параметрам: пол, возраст, телосложение, образование, семейное положение.

21 человек (84% ответил), что это мужчина, 3 (12%) – не имеет значения, и только один человек (4%) представляет себе женщину.



Относительно возраста мнение респондентов разделилось, но не превышало рамки 25-45 лет, средний же возраст получился чуть более 35 лет. Что касается телосложения, то большинство (44%) представляет себе спортивного, подтянутого человека с привлекательной фигурой, далее поровну мнения разделились между средним телосложением и достаточно упитанным (24%), а 8% высказалось, что фигура абсолютно любая, нет конкретного представления. Когда разговор зашел об образовании, то 21 человек (84%)

сказал, что оно должно быть высшим, причем четверо из них – что желательно высшим спортивным. 3 считают (12%), что можно



обойтись и средним образованием, один же человек утверждает, что образование в данной специальности не имеет значения. А вот относительно семейного положения мнения разделились практически поровну: 56% выступают за то, что человек женат/замужем и 44% за то, что холост.

Поэтому если говорить о среднестатистическом спортивном журналисте, то картина представляется следующим образом: это молодой подтянутый мужчина 35 лет, занимающийся спортом и следящий за собой, имеющий высшее образование, желательно специальное и состоящий в браке.

Что касается специфики работы спортивного журналиста, то тут есть свои нюансы. Спортивный обозреватель, какой бы вид спорт он не освещал, должен иметь необходимую глубокую информацию об одном-двух видах спорта, разбираться в их тонкостях и правилах, иметь общие знания о типологии спорта, о спортивных движениях. Выбор же темы материала зависит от нескольких факторов:

1. Конкретный редакционный план конкретного СМИ;
2. Тематическая направленность СМИ;
3. Календарь игр и разных состязаний;
4. Знаменательные даты и планируемые события и мероприятия.

Чаще всего события и результаты, которые не являются плановыми и ожидаемыми, относятся к сенсационным или идут с пометкой «Срочно», остальные же варианты тем можно разрабатывать в рабочем порядке, придерживаясь того же спортивного календаря.

Также одной из отличительных черт спортивного журналиста является работа со статистикой и фактами. Мало еще в каких областях журналистам приходится сталкиваться с таким количеством цифр, данных и результатов (исключение, пожалуй, экономическая и финансовая направленность), как в спортивной журналистике. Ни один качественный материал в серьезном издании не обойдется без данных или статистической подборки, позволяющей читателям и болельщикам сравнить разные данные и сделать свои собственные выводы. А спортивному обозревателю тем более, чтобы

подтвердить свои мысли и доводы какими-то фактами, нужно апеллировать к статистике и цифрам.

Особое внимание уделяется и выбору жанра. Одними из ведущих являются репортаж и информационная заметка. Именно в них наиболее прослеживается индивидуальный стиль автора, лучше удается передать эмоциональный накал и динамику какого-то произошедшего события. Интервью является третьим по популярности среди жанров спортивной журналистики, а учитывая, что в последнее время в него преподносятся элементы и аналитики, и комментария, и проблемной статьи, он все чаще начинает встречаться в СМИ. Плюс интервью в том, что у журналиста есть возможность показать интервьюируемого как обычного человека, со своим характером, мыслями, проблемами, что, безусловно, делает беседу более яркой и насыщенной.

Контакт с читателями и зрителями – особый аспект, который спортивный журналист должен не выпускать из виду. Он устанавливает его, как правило, работая над своим материалом либо индивидуально, либо с кем-то в соавторстве, но в основном распространен первый вариант. Читатель или телезритель должен верить в то, что он читает, чувствовать доверие к человеку и к его материалу.

2.2 Женщины-спортивные обозреватели (российский опыт).

В начале работы был выдвинут тезис, что в массовом сознании присутствует гендерный стереотип о том, что спортивные журналисты и обозреватели – это мужчины, и профессия эта совсем не женская, так как в ней присутствуют свои сложности и особенности, которые женщинам могут быть не совсем понятны. С целью разрушить этот устоявшийся стереотип и показать, что и дамы в спортивной тематике разбираются не хуже

представителей мужского пола и с успехом работают в этой области, было проведено исследование, в рамках которого состоялась серия интервью с тремя женщинами-спортивными обозревателями, которым были заданы одинаковые вопросы относительно их карьеры в журналистике и интеграции женщин в профессии.

Первой участницей исследования стала 19-летняя студентка факультета журналистики Московского Государственного Университета имени М. В. Ломоносова Мария Югова, которая родилась и проживает в Москве. Мария не замужем и детей не имеет. В журналистике она 2 года, причем совмещает работу на 2 местах: на канале Lifenews и информационном портале о единоборствах «The world fighting club». Это позволяет нам говорить о том, что девушка успешно справляется с объемом поручаемой работы и обрабатываемой информации, раз задействована на двух местах одновременно. Что же касается зарплаты, то она составляет менее 50 тысяч рублей, если мы говорим о спортивном портале о единоборствах.

По поводу гендерного стереотипа о принадлежности журналистики скорее к мужской профессии, чем к женской, девушка считает, что эта профессия «бесполая» и не имеет никаких гендерных преимуществ. Прямой показатель этому то, что журналистка пишет на портал о единоборствах, различных видах спорта, которые априори являются маскулинными, а в общественном сознании этот стереотип о чисто «мужских» видах закреплён ещё больше. Поэтому можно сказать, что она достаточно успешно своей работой разрушает это общественное мнение.

Относительно увеличения количества женщин в столь узкопрофильной тематике профессии журналистка высказывается положительно и считает это хорошей тенденцией, «потому что женщины могут работать никак не хуже, а иногда даже качественнее мужчин-журналистов». Объясняется это несколькими факторами: как уже говорилось выше, предполагается, что с них будет больший спрос и присутствовать элемент предвзятости (мол, не

стоит соваться туда, куда не просят, или браться за то, за что обычно не берутся женщины, «мужское царство – мужская обитель»). Также у женщин-журналистов (тех же спортивных обозревателей) есть все данные для хорошего специалиста: и образование, и постоянная возможность практики.

Зачастую, стремление женщины показать и проявить себя в работе отражается и на стиле репортажа. Опрашиваемая согласна с тем, что присутствуют свои тонкости: если брать спортивный репортаж, то мужчины более скупы на эпитеты и эмоционально-окрашенные слова, более последовательны в изложении информации и часто следуют «шаблонному принципу» в отличие от женщин. Дамы же меньше следят за подобными вещами и эмоциональный отклик читателя считают наиболее важным в материале.

На вопрос о том, появляются ли у женщин трудности в работе, журналистка отвечает отрицательно, считая, что задачи и цели выполнимы для обоих полов равнозначно, но говорит, что присутствуют определенные тонкости. Так, например, мужчин предпочтительнее берут на долговременную работу, потому что работодатели боятся, что женщина может уйти в декрет и придется искать нового сотрудника. Это, пожалуй, единственная проблема, с которой может столкнуться женщина (сама же журналистка сталкивалась с этим).

Если же рассматривать гендерный состав в редакции, то в эфирной бригаде (Lifenevs) соотношение женщин и мужчин примерно поровну, причем важные должности шеф-редактора и выпускающего редактора занимают мужчина и женщина. Известно, что эти профессии требуют больших сил, стрессоустойчивости, исполнительности, умения быстро сориентироваться в форс-мажорных ситуациях, и, как мы видим, есть женщины, которые полностью соответствуют заявленной планке и имеют все необходимые требования, чтобы успешно выполнять свою работу. Исходя из примера журналистки вполне закономерно, что она считает, что у мужчин и женщин

равные возможности сделать карьеру в журналистике или занять руководящий пост, учитывая, что все больше женских имен появляется в российской журналистике. Другое дело, что в стране непростая ситуация с журналистикой, как профессией, так как традиционно мужчин в ней было подавляющее большинство, женщины же пока «вливаются». Но в перспективе они не только будут доминировать в числе сотрудников, но и управлять.

В спортивной же редакции портала мужчин больше, особенно в узкой сфере боевых искусств. Но за счет того, что мужской пол превалирует в редакции над женским, создается своя атмосфера, в которой Марии работать значительно легче, чем с женщинами. Это объясняется еще и тем, что мужчины более прямолинейны, логичны и четче формулируют поставленные задачи. Наверное, этим и обусловлено ее видение идеального главного редактора, который знает, что нужно делать и как это нужно делать, так как сам имеет опыт в подчиненных должностях. «Он должен понимать, какие трудности могут возникнуть у сотрудников и, исходя из этого, строить рабочий график. Так же должен знать сильные профессиональные стороны своих подчиненных, чтобы не давать работу «не по силам». Еще он должен уметь доходчиво объяснять журналистам их ошибки, исходя из личного опыта». Каждому, а особенно женщинам, хочется видеть рядом с собой начальника, который будет хорошим наставником, который создаст комфортный рабочий процесс, к которому всегда можно обратиться за советом и помощью при работе над материалом, зная, что помощь ты в любом случае получишь.

Могло сложиться впечатление, что женщины, работающие на руководящих должностях, достаточно амбициозны, стремясь зацепиться за выгодное место, «занять лучшее место под солнцем», быть во главе всего процесса. Сама же журналистка, на вопрос хотела бы ли она занять руководящий пост, ответила, что руководить каким-нибудь большим медиа-холдингом она не

желала бы, но занимать хорошую должность была бы не против, так как, как говорит сама Мария, черты ее характера помогли бы ей стать главным редактором какого-нибудь спортивного издания, так как присутствует большой опыт работы в спорте и такое качество, как умение находить общий язык с другими журналистами, а это в профессии очень важно, тем более если речь идет о такой профильной тематике, как спорт.

Коммуникабельность – отличительная черта, о которой нужно помнить любому журналисту, а спортивному обозревателю тем более, так как спорт – это накал эмоций и страстей, и в сердцах сказанная фраза сегодня, может навредить или сыграть в злую шутку завтра. Считается, что женщины во время общения занимают роль социального лидера, создающего «дух команды», а стиль общения выдает склонность ко взаимной зависимости и неконфликтности (меньше перебивают, более тактичны, вежливы и податливы).

Второй участницей исследования была 18-летняя Мария Анатольевна Лукина – студентка факультета журналистики МГУ. Родилась и выросла девушка в Москве. В профессии Мария год, причем сейчас она не работает. Последним же местом работы была газета «Подмосковье. Ежедневные новости», где помимо обычных новостей в должности корреспондента она освещала и различные спортивные мероприятия. В этом СМИ журналистка проработала 2 года и за свою работу получала менее 50 тыс. рублей в месяц, что объясняется невысокой занимаемой должностью и узкопрофильное СМИ, распространяющееся локально.

На вопрос, имеет ли журналистика пол, журналистка высказалась, что лет 10 назад «должна была бы ответить, что это скорее мужская профессия. Но сейчас в журналистике, в частности спортивной, появляется так много женщин, что трудно говорить, что это занятие только для мужчин или только для женщин». И действительно, все больше и больше замечается тенденция феминизации профессии, что отражается положительно на работе

коллектива, считает опрошиваемая. Так как женщины зачастую внимательнее мужчин и чаще обращают внимание на разные детали и интересные подробности. «Более того, сегодня женщины стараются научиться делать то, чем раньше занимались мужчины. Так и в спорте в СМИ, происходит интеграция женщин, хотя раньше это считалось исключительно мужской рубрикой и мужским профилем».

Несмотря на то, что в журналистике увеличивается число женщин, на стиль работы принадлежность к мужскому или женскому полу не влияет, считает журналистка. Именно так считает опрошиваемая, хотя уточняет, что все индивидуально. Единственное, что имеет в этом значении и что прослеживается на качестве материалов – это профессионализм: либо журналист профессионал и делает свою работу достойно, которая на выходе находит отклик читателя/болельщика, либо не профессионал, и уже страдает не только твой материал, но и «лицо» СМИ, представителем которого он является, и дело уже не в гендерном различии.

Относительно коллектива редакции заметна гендерная сегрегация, так как Мария говорит, что в ньюсруме работают в основном женщины, а главным редактором, его заместителем и редакторами большинства отделов являются мужчины – показатель того, что руководящие посты в подобных небольших изданиях предпочтительнее отдают представителям сильного пола. Но даже наличие такого гендерного количественного расхождения в редакции не создает какие-то проблемы в работе и гендерный состав не так уж важен, считает девушка, утверждая, что с представителями обоих полов работается одинаково. Это объясняется во многом человеческим и личностным фактором. Есть мужчины, которые всегда и пошутят, и помогут, другие же, наоборот, сидят, закрывшись в себе, и видят только компьютер перед собой, не замечая ничего вокруг. С женщинами тоже есть свои нюансы – одни смотрят на тебя, как на конкурентку, другие же стараются поддерживать дружеские отношения. Поэтому модель взаимодействия редакции и

взаимоотношений коллектива равнозначно обычной жизни за пределами офиса. Однако если говорить о возможности карьерного роста между мужчинами и женщинами, журналистка хотела бы ответить, что равные, однако порой в требованиях к кандидату на работу в СМИ видит параметр «мужчина». Но это скорее исключение, чем правило. Главное, чтобы у человека хватило сил и терпения идти вверх по карьерной лестнице.

Но именно главный редактор должен быть связующим звеном между людьми и создавать нужную атмосферу внутри коллектива, уверена журналистка. Важно понимать, что начальник – тоже человек, а потому никогда не бывает идеальным. Но у него обязательно должно присутствовать чувство юмора, потому что без него работать тяжело, особенно если серьезно воспринимать все события и вещи. «Он должен быть ответственным и понимать, когда похвалить, а когда накричать». Поэтому здравый ум и стальные нервы – еще один атрибут мудрого руководителя. Единственное, чего избегает опрашиваемая в характеристике начальника – это пол, потому что женщины, как и мужчины, уже давно доказали, что успешно справляются с подобной тяжелой работой. Сама же девушка пока себя не видит в роли начальника, но в перспективе, считает, что это возможно, говоря «какой солдат не мечтает стать генералом?».

Третьим респондентом стала 20-летняя Наталия Игоревна Портнова – автор и корреспондент «Спортивного интернет-телевидения Кузбасса», в данный момент получающая образование на том же факультете журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова. Девушка родилась в г. Новокузнецк Кемеровской области, но в данный момент живет на 2 города: Москву и Донецк. Журналистикой занимается более 5 лет. На спортивном телевидении же работает 2 года, причем за такой короткий срок достигла хороших результатов судя по ежемесячной заработной плате – более 50 тыс. рублей.

На вопрос к какой профессии принадлежит журналистика – мужской или женской – опрашиваемая во многом согласна с предыдущими девушками, не считая правильным разделение профессий по полам. «Хрупкая девушка вполне может заниматься серьезными вещами и быть, например, тем же каскадером. И таких примеров много». Определяющим фактором служат личные качества человека, его профессиональные навыки и умение работать в команде прежде всего. Ведь именно от характера подхода к работе и делу зависит итоговый результат. Насчет же процесса феминизации профессии журналистка не смогла дать однозначный ответ. Если он и есть, то отражается это в основном в материалах и работах, в стиле. Женщина-журналист передает информацию более эмоционально, что часто заметно в «начитках», мужчины же склонны к разложению информации «по полочкам» и меньше «льют воду», из-за чего тексты бывают порой скучны. Но в любом случае, вне зависимости от содержания и характера материала, каждый находит свою аудиторию.

Относительно взаимосвязи трудностей в работе спортивного обозревателя и гендерной принадлежности опрашиваемая, основываясь на свой опыт и говоря об этом, считает, что женщины имеют определенные преимущества над мужчинами. Спортсменам, голодным до женского внимания и любящим его, гораздо интереснее общаться с дамами, на интервью они соглашаются проще и в кадре ведут себя раскованнее. И этими преимуществами журналистка активно пользуется, тем более если учитывать гендерный состав ее редакции. Помимо того, что она всегда работала исключительно в мужском коллективе, сейчас вообще является единственной барышней среди мужчин. Наверное, этим и объясняется то, что журналистке проще и интереснее работать с мужчинами, так как она утверждает, что даже в обычной жизни с мужчинами намного быстрее и проще идет на контакт.

Что касается видения идеального главного редактора, то тут Наталия отвечает более уверенно по сравнению с предыдущими журналистками,

говоря прежде всего о половой принадлежности и считая, что это должен быть мужчина, ответственный сотрудник, лидер по своей натуре, порой строгий, но в нужный момент способный пошутить вместе с коллегами и обладающий чувством юмора. В этом ее мысли полностью сходятся с мыслями предыдущей девушкой, так же ратующей за умение руководителя находить общий язык с коллективом во многом при помощи юмора.

Когда речь зашла о равных возможностях мужчин и женщин сделать карьеру в журналистике или занять руководящий пост в профессии в России, опрашиваемая ответила категорично, считая, что гендерная принадлежность все равно внесет свои коррективы. Каким бы талантливым не была женщина-журналистка, а тем более спортивный обозреватель, если она не является «мужиком в юбке», в России карьеру сделать не удастся, так как в нашей стране до сих пор присутствует стереотипное мышление относительно социополовых ролей, а посему все дороги открыты только мужчинам.

Вспоминая характеристику идеального руководителя со слов журналистки, не удивляешься тому, что девушка не хотела бы занимать руководящую должность. Лично для нее быть корреспондентом гораздо интереснее, а как сидеть на одном месте в офисе не представляет. Возможность постоянного движения и общения – вот что привлекает многих, и в частности Наталию, в работе журналиста, а в деятельности спортивного обозревателя особенно.

Заключение.

Мировое сообщество со временем все больше привыкает к участию женщин в различных общественных процессах и событиях, поэтому частичное принятие на себя образа мужчины уже мало кого удивит. То же ношение брюк, галстуков, коротких стрижек «под мальчика» дамами и т.п. воспринимается уже как само собой разумеющееся. Но, к сожалению, не всегда и не во всем женщине удается интегрироваться с окружающим миром и высказать свою позицию наравне с мужчиной, в некоторых областях это заметно особенно.

Спорт – та сфера, которая стеной стоит вокруг непрекосновенного «мужского царства», оплота маскулинности, мира, в котором женщинам не место. Именно с этим стереотипом жил каждый испокон веков, и до XX века трудно было себе представить, как женщины волеются в это спортивное пространство. И не смотря на то, что в начале 20 столетия этот процесс начал происходить, шел он достаточно нелегко, встречая на своем пути разные преграды и становясь объектом многочисленных дискуссий.

Но женщины продолжали упорно доказывать свое равенство с представителями сильного пола, а с ростом популярности феминистского движения эта тенденция стала проявляться более заметно. Женщины начали занимать позиции в профессиях и специальностях, являвшимися исключительно мужскими. Так и в спортивной журналистике все больше заметно присутствие прекрасной половины человечества несмотря на то, что самореализация женщин до сих пор находится между двумя гранями: от успешного влияния в коллектив и снисходительного одобрения до полного неприятия, обусловленного человеческими мнениями, основанных на многовековых предрассудках, современных событиях и огромного давления стереотипов.

Так, в практической части исследования были проанализированы интервью с журналистками – спортивными обозревателями и их видением работы женщины в спортивной деятельности, и составлен примерный среднестатистический портрет спортивного журналиста. Как мы видим, в обществе до сих пор доминирует мысль, что это именно мужчина, причем выглядящий соответственным образом и являющийся чуть ли не примером для подражания: высокий, подтянутый, а желателно спортивного телосложения, ведущий здоровый образ жизни, желателно с высшим образованием и неплохо, если еще и состоящий в браке.

Что же касается журналисток, то все они молодые девушки не старше 21 года. Во многом это объясняется тем, что как таковые различные спортивные СМИ получили распространение в 90-х годах прошлого века, когда с распадом СССР начали распадаться и образовываться новые редакции (как, например, случилось с «Советским спортом» и «Спорт-экспрессом»¹¹). Первые женщины, которые появились в этих редакциях, были в основном бывшие спортсменки или женщины, занимавшиеся до этого какой-либо спортивной деятельностью. С ростом популярности спортивных СМИ, вырос процент и заинтересованности аудитории, с каждым годом все больше и больше дам вникает в тонкости спортивных событий. Поэтому неудивительно, что женское «лицо» современной спортивной журналистики достаточно молодо, так как основное большинство барышень родилось как раз в конце 80-90-ых годах XX столетия. Возможно это звучит громко, но именно эти женщины и дали старт присутствию представительниц прекрасного пола в спортивных редакциях и именно благодаря им, основываясь на их опыт, пойдут по уже проложенным тропинкам в этой тематической отрасли профессии и другие дамы, которые будут будущим спортивной журналистики. Причем, как мы видим из анализа, все девушки получают специализированное журналистское образование, которое, пол

¹¹ В августе 1991 года 14 журналистов «Советского спорта» ушли из редакции газеты и основали свое издание под названием «Спорт-экспресс».

логике вещей, должно им помочь при выполнении профессиональных обязанностей, вопреки некоторым общественным предрассудкам, что спортивному журналисту специальное образование не нужно.

Все 3 журналистки считают одинаково, что нельзя их профессию к какому-то одному определенному полу, потому что в последнее время количество женщин в спортивных редакциях увеличилось настолько, что говорить о мужском «лице» глупо. И процесс феминизации, который в последнее время происходит в профессии тому показатель, ведь именно женщины призваны разнообразить сферу интересов мужчин, а в последнее время и дам, если говорить о спорте. Однако гендерный состав редакций у журналисток различался: только у одной девушки количество женщин в рабочем коллективе превышало количество мужчин, у двух же остальных было явное преобладание представителей сильного пола, учитывая, что одна из опрашиваемых является вообще единственной дамой в коллективе.

Но насчет наличия определенного женского стиля работы согласны не все опрашиваемые. Так, одна журналистка считает, что как такового его нет, есть только профессионализм или его отсутствие, которые и является показателем качества работы. С этим мнением согласны и другие девушки, но в то же время считая, что видно, когда к материалам приложилась женская рука, так как мужчины скупы на эпитеты и эмоционально-окрашенные слова, в то время как женщины меньше следят за подобными вещами и считают эмоциональный отклик читателя наиболее важным.

Относительно наличия трудностей в работе спортивного обозревателя журналистки придерживаются мнения, что схема работы коллектива в редакции схожа со взаимодействием людьми в обычной жизни за пределами офиса. И ни одна не считает, что трудности, если они и есть, как-то негативно влияют на их работу, по той причине, что женщины могут работать не хуже мужчин. По-хорошему, женщина проходит такие же этапы развития в журналистике, как и мужчина. И именно от личных качеств

зависит будет ли она хорошо работать, как быстро будет усваивать нюансы профессии, но никак не от гендерного признака. Тем более женщинам в обычной жизни намного проще наладить контакт с нужными людьми, «включить» обаяние, поддержать беседу и проч., что в профессиональной деятельности спортивного журналиста безусловно только помогает дамам, утверждают журналистки.

Что касается видения идеального главного редактора, то у всех 3 девушек примерно схожие представления о нем и его качествах, одним из которых безусловно является чувство юмора и умение поддержать приятную рабочую атмосферу. Так же это должен быть профессионал своего дела, который грамотно распределит обязанности между подчиненными и в случае каких-либо трудностей поможет и объяснит суть проблемы.

Вопрос о равных возможностях мужчин и женщин сделать карьеру или занять руководящий пост в журналистике вызвал разные мнения. Так, 2 журналистки считают, что это вполне возможно и реализуемо за счет постоянного увеличения количества женщин в профессии и уровня их образованности и грамотности, другая же девушка ответила категорически, уверенная, что только мужчинам открыты все двери, и в любом случае гендерная принадлежность внесет свои коррективы. Как мы видим, этот вопрос до сих пор остается открытым, пока присутствуют столь диаметрально противоположные мнения.

Если говорить о планах на будущее и желания стать начальником, то не все журналистки видят себя на руководящем poste. Одна уверена, что у нее есть все качества и возможности, чтобы успешно заниматься подобной деятельностью, другая же считает это для себя скучной и офисной работой, поэтому должность корреспондента, находящегося постоянно в движении и общении с людьми нравится ей куда больше. Третья же еще сама до конца не определилась, но не исключает возможности занять высокую должность. Однако важно понимать, что тут присутствует фактор амбиций, особенно

учитывая, что все девушки еще достаточно молоды, поэтому насколько желания и мечты реализуемы – покажет время и их дальнейшая работа.

Таким образом, как мы видим, в спортивной журналистике присутствуют женщины и с каждым годом их появляется все больше. На несмотря на такие радужные перспективы, важно осознавать, что равенство между мужчиной-спортивным журналистом и женщиной-спортивным журналистом не будет поставлен, какие бы попытки ни были это сделать, и не потому, что кто-то профессиональнее или кто-то умнее и больше в этом разбирается, а потому, что мужчины и женщины просто разные, даже внутренне, и подход у них ко многим вещам, как в жизни, так и в профессии разный. И каждому из полов хочется быть признанным, но не за счет чьих-то неудач или гендерного «превосходства» (хотелось бы верить), а в своей области и за свою работу. И, стоит сказать, это вполне естественное и понятное желание.

Приложение

Интервью № 1

1. **Имя:** Мария Юрьевна Югова
2. **Возраст** 19 лет
3. **Где родились:** Москва
4. **Где живете сейчас:** Москва
5. **Образование:** высшее образование в процессе
6. **Семейный статус:** не замужем
7. **Наличие детей:** нет
8. **Сколько лет работаете в журналистике?** 2 года
9. **В каком СМИ работаете сейчас?** Канал Lifenews; информационный портал о единоборствах The world fighting club
10. **В каком качестве работаете?** райтер; репортер
11. **Сколько лет работает в данном СМИ?** Lifenews меньше года; на wfclub 2 года
12. **Примерный уровень зарплаты:** менее 50 тыс. руб.

Блок 2. (вопросы о стратегии женщины в журналистике)

13. **Считаете ли вы, что журналистика скорее мужская/ скорее женская профессия?** Думаю, что профессия «бесполая», не имеет никаких гендерных преимуществ
14. **Как вы относитесь к тому, что в журналистике в России появляется все больше женщин?** Считаю это хорошей тенденцией, потому что женщины могут работать никак не хуже, а иногда даже качественнее мужчин-журналистов.

15. Считаете ли вы, что существует женский и мужской стиль работы в журналистике? Если да, то в чем он проявляется? Скорее всего, существует (на примере спортивного репортажа). Часто мужчины более скупы на эпитеты, эмоционально-окрашенные слова. Мужчины более последовательные в изложении информации и часто следуют «шаблонному принципу». Женщины меньше следят за всем этим, зато главным считают эмоциональный отклик читателя.

16. Считаете ли вы, что женщине в журналистике работать труднее, чем мужчине. Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Не считаю так, потому что задачи журналистики одинаково выполнимы для обоих полов. Единственная проблема, что мужчин предпочтительнее берут на долговременную работу, потому что боятся, что женщина может уйти в декрет и придется искать нового сотрудника (сталкивалась с таким).

17. Коллектив вашей редакции состоит преимущественно из мужчин/ преимущественно из женщин/ примерно поровну? В эфирной бригаде примерно поровну. Например, важные должности шеф-редактора и выпускающего редактора занимает женщина и мужчина. В спортивной журналистике больше мужчин, особенно в моей узкой сфере боевых единоборств.

18. С кем вам легче работать в коллективе, с мужчинами или женщинами? Почему? С мужчинами работать легче, потому что они логичнее и четче формулируют задания.

19. Могли бы вы нарисовать портрет идеального главного редактора? Главный редактор должен сам иметь опыт в подчиненных должностях. Он должен понимать, какие трудности могут возникнуть у сотрудников и исходя из этого строить рабочий график. Также главный редактор должен знать сильные профессиональные стороны своих подчиненных, чтобы не давать

работу «не по силам». Еще он должен уметь доходчиво объяснять журналистам их ошибки, исходя из их личностных особенностей.

20. Считаете ли вы, что у мужчин и женщин равные возможности сделать карьеру, занять руководящий пост в журналистике в России? Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Думаю, что равные. Сейчас все больше женских имен в российской журналистике, в том числе и на управляющих должностях. Другое дело, что в стране непростая ситуация с журналистикой как профессией. Традиционно мужчин в ней было подавляющее большинство, а женщины пока только «вливаются». Но женщины доказали, что успешно могут руководить целой редакцией, поэтому в перспективе они не только будут доминировать в числе работников, но и управлять.

21. Входит ли в ваши планы сделать карьеру в журналистике, занять руководящий пост? Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Мне бы хотелось сделать карьеру, но, может быть, не руководить на одном из каналов огромного холдинга, но занимать хорошую должность. Я считаю, что качества моего характера помогли бы мне быть либо главным редактором, например, спортивного издания, потому что у меня был бы большой опыт в работе в спорте. Также я смогла бы найти общий язык с другими журналистами.

Интервью № 2

1. **Имя:** Лукина Мария Анатольевна
2. **Возраст:** 18 лет
3. **Где родились:** г. Москва
4. **Где проживаете сейчас:** Москва
5. **Образование:** Неоконченное высшее, журналистика
6. **Семейный статус:** Не замужем
7. **Наличие детей:** Нет
8. **Сколько лет работаете в журналистике?** 1 год
9. **В каком СМИ работаете сейчас?** Сейчас не работаю, последнее место работы - газета "Подмосковье. Ежедневные новости"
10. **В каком качестве работаете?** Корреспондент
11. **Сколько лет работаете в данном СМИ?** Два месяца
12. **Примерный уровень зарплаты:** Менее 50 тыс. руб.
13. **Считаете ли вы, что журналистика скорее мужская/ скорее женская профессия?** Наверное, лет десять назад я должна была бы ответить, что это скорее мужская профессия. Сегодня в журналистике так много женщин, что говорить о том, что это мужская или женская профессия трудно.
14. **Как вы относитесь к тому, что в журналистике в России появляется все больше женщин?** По-моему, увеличение числа женщин в журналистике это неплохо. Женщины зачастую внимательнее мужчин, а это важно в профессии. Кроме того, сегодня женщины стараются научиться делать то, чем раньше занимались мужчины. Очень много женщин за рулем, а это, на мой взгляд, тоже показатель. В отделе "спорт" все чаще встречаются женщины, хотя раньше это считалось мужской рубрикой в СМИ.

15. Считаете ли вы, что существует женский и мужской стиль работы в журналистике? Не думаю. Мне кажется, все очень индивидуально. Конечно, существует немало стереотипов как в отношении женщин, так и в отношении мужчин. Тем не менее на деле все может оказаться совершенно не так. Есть профессионализм и непрофессионализм, а стиль работы в принципе у каждого свой, и дело не просто в гендерном различии.

16. Считаете ли вы, что женщине в журналистике работать труднее, чем мужчине. Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Бывают разные обстоятельства. Женщинам в политике труднее, женщин не всегда воспринимают всерьез, а зря. В спорте тоже нужно доказать, что ты чего-то стоишь и знаешь, в чем разница между биатлоном и триатлоном и какой тренер в каком году руководил ФК "ЦСКА". В целом, все поставлены в равные условия, и все опять-таки сугубо индивидуально.

17. Коллектив вашей редакции состоит преимущественно из мужчин/ преимущественно из женщин/ примерно поровну? В ньюсруме у нас в основном женщины. Главный редактор, его заместитель и редакторы некоторых отделов - мужчины.

18. С кем вам легче работать в коллективе, с мужчинами или женщинами? Почему? Одинаково. Есть мужчины, которые всегда и пошутят, и помогут. Другие, наоборот, сидят, закрывшись в себе и видят только компьютер, не замечая ничего вокруг. С женщинами тоже не всегда легко - одни смотрят на тебя, как на конкурентку, другие стараются поддерживать дружеские отношения. В редакции все так же, как и в обычной жизни.

19. Могли бы вы нарисовать портрет идеального главного редактора? Начальник никогда не бывает идеальным. Но точно могу сказать, что это должен быть человек с чувством юмора, потому что без него работать тяжело. Главный редактор должен быть ответственным и понимать, когда

похвалить, а когда накричать. Стальные нервы - еще один атрибут хорошего руководителя. На самом деле, идеального главного редактора можно описывать долго, но в моей характеристике точно не будет одного пункта - пола. Женщины уже давно доказали, что отлично справляются с этой тяжелой работой.

20. Считаете ли вы, что у мужчин и женщин равные возможности сделать карьеру, занять руководящий пост в журналистике в России? Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Я бы хотела ответить, что равные, но очень иногда вижу в требованиях к кандидату на пост в СМИ параметр "мужчина". Но это скорее исключение, чем правило, поэтому возможности равные. Главное - чтобы у человека хватило сил и терпения идти вверх по карьерной лестнице.

21. Входит ли в ваши планы сделать карьеру в журналистике, занять руководящий пост? Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Скорее пока мечты. Какой солдат не мечтает стать генералом?

Интервью № 3

1. **Имя:** Портнова Наталия Игоревна
2. **Возраст:** 20 лет
3. **Где родились:** Кемеровская область, г. Новокузнецк
4. **Где живете сейчас:** Москва - Донецк
5. **Образование:** Студентка 3го курса заочного отделения факультета журналистики МГУ
6. **Семейный статус:** не замужем
7. **Наличие детей:** нет
8. **Сколько лет работаете в журналистике?** Более 5 лет
9. **В каком СМИ работаете сейчас?** Спортивное телевидение Кузбасса
10. **В каком качестве работаете?** Автор/корреспондент
11. **Сколько лет работает в данном СМИ?** 2 года
12. **Примерный уровень зарплаты:** более 50 тыс. рублей.
13. **Считаете ли вы, что журналистика скорее мужская/ скорее женская профессия?** В принципе, не считаю правильным разделение профессий на "мужские" и "женские", так как хрупкая девушка вполне может быть, например, каскадером. Все зависит от качеств самого человека, его профессиональных навыков и умения работать в команде.
14. **Как вы относитесь к тому, что в журналистике в России появляется все больше женщин?** Если честно, то не могу дать однозначного ответа. По моему мнению, женщина - журналист передает информацию более, наверное, эмоционально, это очень часто заметно в начитках, мужчины же склонны к "разложению информации по полочкам" и

не "льют воду", из-за этого тексты, порой, бывают скучны. В любом случае, каждый находит свою аудиторию.

15. Считаете ли вы, что существует женский и мужской стиль работы в журналистике? Если да, то в чем он проявляется? Ответ выше.

16. Считаете ли вы, что женщине в журналистике работать труднее, чем мужчине. Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Я бы не сказала, что кому-то легче или труднее, но, если судить по моему опыту, именно в спортивной журналистике работать чуть проще, так как спортсменам, голодным до женского внимания и любящим его, гораздо интереснее общаться с дамами, на интервью соглашаются проще и в кадре ведут себя раскованнее.

17. Коллектив вашей редакции состоит преимущественно из мужчин/ преимущественно из женщин/ примерно поровну? Я практически всегда работала в мужском коллективе, да и сейчас я вообще одна барышня среди джентельменов.

18. С кем вам легче работать в коллективе, с мужчинами или женщинами? Почему? Мне проще работать с мужчинами, наверное, потому, что мне даже общаться интереснее с мужчинами.

19. Могли бы вы нарисовать портрет идеального главного редактора? Редактором должен быть мужчина, ответственный сотрудник, лидер по своей натуре, виной строгий, но в нужный момент могущий пошутить вместе с коллегами, обладающий чувством юмора.

20. Считаете ли вы, что у мужчин и женщин равные возможности сделать карьеру, занять руководящий пост в журналистике в России? Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Нет, не равные, каким бы талантливым журналистом не была женщина, если она не является "мужиком в юбке", в России карьеру сделать не удастся, в нашей стране все дороги открыты только для мужчин.

21. Входит ли в ваши планы сделать карьеру в журналистике, занять руководящий пост? Если да, то почему?/ Если нет, то почему? Занимать руководящую должность я не хочу, так как лично для меня быть корреспондентом гораздо интереснее, не могу сидеть на месте в офисе, люблю движение и общение, именно это меня и привлекает в работе журналиста

Список литературы

Брайтонская декларация «Женщины и спорт» // Спорт для всех. - 1997. - № 3-4.

Ворожбитова А. Л. «Гендер в спортивной деятельности», Изд.: Наука/Интерпериодика маик, Флинта издательство 2010 г.

«Женщины в Олимпийской программе» // Спорт для всех. – 1997. - № 3-4.

Захаров П. Я. История физической культуры и спорта: учебно-методический комплекс. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2009.

Кун Л. Всеобщая история физической культуры и спорта – М.: Радуга, 2001.

Лейн Л. «Право назвать себя – вопрос власти» // Спорт для всех. - 1997. - № 3-4.

Липпман У. «Общественное мнение» - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

Михайлов С.А., Мостов А.Г. Спортивная журналистика. - СПб., Изд-во Михайлова В.А., 2005.

Седерберг И. «Почему на вершине так мало женщин?» // Спорт для всех. - 1997. - № 3-4.

«Спорт для всех и женщины для спорта» // Спорт для всех. – 1997. - № 3-4.

Федеральный закон «О физической культуре и спорте в РФ» от 2007 года.

<http://www.olympic.org/ioc>