

Секция «Социология»

Визуальная репрезентация гендерной роли женщины в российской и зарубежной печати (на примере гляцевых журналов России и Франции)

Палькова Валентина Сергеевна

Кандидат наук

Саратовский государственный технический университет, Социально-гуманитарный факультет, Саратов, Россия

E-mail: valentinakz@list.ru

Важную роль в формировании гендерных стереотипов играют средства массовой информации, являющиеся «мягким» проводником политической идеологии. Одним из наиболее эффективных способов трансляции женских гендерных стереотипов, выступают гляцевые журналы, рассчитанные на широкий охват женской аудитории, а также по цене, доступной женщинам со средним заработком. Так, например, наиболее популярным женским журналом в России является журнал «Лиза», тираж которого приближается к 450 000 экземпляров, цена журнала также соответствует экономическому доходу «средней» российской женщины (22 рубля 40 копеек для Саратовской области). Для сравнения нами был выбран гляцевый журнал Франции «Femme Actuelle» с тиражом 71 250 экземпляров (пропорционально населению Франции), также рассчитанный на большую читательскую аудиторию по содержанию и по цене (2 евро 90 центов, в соответствии со средним доходом французских женщин). Набор рубрик, выбранных для анализа журналов, примерно одинаков (Мода, Красота, Гороскоп, Психология, Карьера, Здоровье, Питание и т.д.), но с преимущественным отличием по содержанию и идеологической нагрузке.

Интересным, на наш взгляд, показалось разграничение двух сфер жизни женщины – это реальная и визуальная/желаемая (мечта) сферы.

Сфера реального охватывает досуг/релаксацию, домашние и семейные проблемы, проблемы с воспитанием ребенка, проблемы ЖКХ, работа и проблема эффективного труда после новогодних каникул и т.д.

К сфере видимой и желаемой для российской женщины относится мечта о путешествии в Италию (рубрика Путешествие мечты) [1] и история о счастливой любви с идеальным мужчиной (рубрика «Сказочная героиня») [1]. В реальной сфере сфера видимого на страницах журнала компенсируется поездкой в Подмосковную Швейцарию (Дмитровский кремль и Успенский собор в городе Дмитрове в 60 км от Москвы, рубрика Моя страна [1]). История о счастливой любви – историей образцовой семьи, многодетной мамы певицы Варвары (рубрика Персона [1]).

Гендерная социализация российской женщины детерминируется социальной политикой, основным вопросом которой является пропаганда семьи как социального института в совокупности с духовным воспитанием (рубрика моя страна Успенский Кремль в Дмитрове [1]). В последнее время все чаще становится сотрудничество русской православной церкви (РПЦ) и политической власти. Православие стало одной из составляющих духовного возрождения России. Политические и социально-экономических преобразований в России за последнее десятилетие вызвали ряд изменений в сфере духовной жизни. Так, РПЦ стала одним из социальных институтов, которому отводится роль духовного преобразования нации.

Изменение отношения государства к РПЦ как важному социальному институту и субъекту общественных отношений вместе с высоким уровнем общественного престижа церкви индекса доверия к ней также находит свое отражение в российской печати. Так, на страницах газеты «Известия» «Патриарх Московский и всея Руси Кирилл направил руководству страны «Предложения по совершенствованию национальной политики в сфере заботы о семье и детстве» (...) Его Святейшество считает нужным «приравнять труд матери по воспитанию детей к другому общественно полезному труду и выплачивать пособия по многодетности (при условии социальной адаптированности семьи) на уровне средней зарплаты для региона» [3]. Российская политическая власть прямо либо косвенно связывает духовно-нравственное возрождение России с возрождением православия. Православие и его духовный потенциал рассматриваются как органический компонент политической культуры российского общества.

На государственном уровне политика планирования семьи активно поддерживается постановлениями президента. Указом Президента РФ 775 от 13 мая 2008 г. об учреждении ордена «Родительская слава» [4] награждаться этим орденом будут граждане России за заслуги в укреплении института семьи и воспитании детей.

В свою очередь, данные социальные преобразования влияют на дискурс печатных СМИ. Гендерно ролевые ожидания, относительно российской женщины, определяют выполнение ею роли матери, наиболее ярко репрезентируемая на страницах журнала. Визуальный образ российской женщины ограничивается ее репродуктивным возрастом, в журнале нельзя увидеть женщину старше 40 лет. Российская социальная политика и визуальная репрезентация женской роли в обществе формируют у женщин экспрессивную роль (роль домохозяйки) и пропагандирует ценности традиционной семьи, исключая тем самым проблемы, связанные с нетрадиционными сексуальными предпочтениями обоих полов.

Во французском журнале нет намека на домашние проблемы: стирки, уборки, учебы ребенка в школе, приготовления пищи, которые охотно разрешает российская «Лиза» своими советами (См. рубрика «Дельные советы» [1]).

Сфера реального французской женщины сводится к досугу с партнером и друзьями, гимнастику в домашних условиях, кредитом на покупку нужных вещей, билингвизмом и работе, выбором спиртного сопровождения планируемой вечеринки и т.п. Визуальный образ француженки представлен в журнале женщинами от 20 до 70 лет.

Сфера видимого определяется путешествием на восток, в Гонконг, шопинг-туром в Барселону в период распродажи, желанием снова легко надевать любимую одежду прежде похудев [2].

Французский журнал менее идеологически ангажирован, в нем нельзя увидеть установок на планирование традиционной семьи, журнал нейтрален также в отношении сферы личной жизни, определяя совместное проживание как партнерство и не акцентируя особое внимание на пол партнеров.

Литература

1. 1. Лиза, 2011. №4
2. 2. Femme Actuelle, 2011. №1370
3. 3. Известия от 18 января 2011: <http://www.izvestia.ru/obshestvo/article3150479>

4. 4. Официальный сайт Минздравсоцразвития России:
5. <http://www.minzdravsoc.ru/docs/president/ukaz/21>