

Соколова Е.А.,

Шадринский государственный педагогический институт

ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТЕ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА

«Современная российская печать не имеет в настоящий момент единодушного мнения о женщине, не предлагает какую бы то ни было единую концепцию ее предназначения в обществе, а стало быть, дает возм»ожность для развития подлинного плюрализма в освоении и интерпретации данной проблемы <...> и не отражает реального положения дел».

Ажгихина Н.

А кони все скачут и скачут... Несколько штрихов к коллективному портрету современной журналистики: гендерный формат.

URL: <http://www.ruj.ru/authors/azhghihina/o8o16.html>

По итогам переписи 2010 года в России насчитывается 936 средних и малых городов¹, и в каждом из них издается одна или несколько газет, в которых верный подписчик-читатель узнает не только новости, но и видит себя, свое отражение в призме образной системы, разработанной периодическим изданием. Каким он предстает на страницах провинциальной прессы, насколько его образ адекватен реальности, отличается ли его портрет от портрета современника в газете столичного или провинциального мегаполиса?

Особенности жизни российского общества накладывают определенный отпечаток на конструирование провинциальной прессой медиаобразов мужчин и женщин, и он связан с патриархальными традициями, находящими отражение в провинциальной прессе. «Жизнь провинциальная, в отличие от столичной, протекает, несмотря на прогресс, по своим законам... Следует заметить, что мир глубинки до сих пор остается исключительно патриархальным, невзирая на явно проявляющееся изменение гендерных ролей, на расширение обязанностей женщины и в силу объективных причин — упадок авторитета мужчины»².

Эти обстоятельства диктуют свои требования к стилю репрезентации мужчины и женщины. Особенно ярко это проявляется в особенностях медийного портрета современной женщины, тем более что одна из тревожных тенденций современной провинциальной газеты — растущая феминизация ее коллектива и редакционной политики. Как отмечает О.В. Смирнова³, в последние десятилетия растет феминизация газет и журналов в российских городах. К этому привела

скрытая дискриминация женщин в публичной сфере, когда в годы экономического кризиса многие активные мужчины отказывались от интеллектуальной и творческой деятельности в поисках более высоких заработков, оставляя низкооплачиваемую работу в городских СМИ женщинам. Таким образом, усиливалась гендерная асимметрия, которая, по С. Бовуар, наиболее мощно проявляется в бессознательных гендерных ориентациях⁴, а гендерные контракты (совокупность правил, по которым на определенном этапе развития общества за мужчиной и женщиной закрепляются роли, права и обязанности в общественной и частной сферах, например, «мужчина — добытчик», «женщина — работающая мать») еще сильнее удалялись от идеальной равностатусности⁵. Это привело к заполнению женщинами опустевшей ниши, и они составляют большую часть редакционных коллективов в местных печатных изданиях, женщины в них — главные редакторы, женщины разрабатывают не только привычные для них «женские» и нейтральные темы, но и традиционно «мужские»: освещение политических, экономических событий, вопросы охоты, например. Местные газеты и журналы все больше ориентируются на женскую часть населения и героями материалов выбирают женщин. Немногочисленный мужской состав редакций в большинстве либо пенсионного возраста, либо — молодые люди до 30 лет. Что касается малых городов России, то их медиасфера превращается в почти сугубо женскую. Это обстоятельство не может не вносить коррективы в редакционную политику периодических изданий. Так, несмотря на все усилия редакторов в равной мере представлять в выпусках и мужскую, и женскую тематику, чтобы удерживать интерес и читательницы, и читателя, а также размещать материалы о мужчинах и женщинах в равном объеме, характер женских образов терпит изменения, он отличается от женского портрета, разрабатываемого прессой крупных городов и мегаполисов.

Прежде всего, следует отметить, что акценты отечественного медийного женского образа кардинально меняются в зависимости от удаленности от политического центра России: от личного успеха, основанного на карьерном росте, — к семейному благополучию. Так, центральная пресса, московские и Санкт-Петербург-

ские газеты разрабатывают излюбленный образ женщины — политического лидера, «звезды», руководителя высокого ранга, занимающейся благотворительными проектами и т.п. Их авторы создают образ женщин, вкладывающих свои силы в собственное развитие и развитие общественных благ. Высокий социальный статус, общественная активность, интеллект, успешность выступают главными ценностными ориентирами для читательниц этих газет.

Газеты провинциальных мегаполисов предлагают иные ценностные приоритеты: они, в основном, отводят женщине роль матери и руководителя среднего звена, ориентируя на достижение семейного благополучия как главной жизненной ценности. Авторы материалов приветствуют «перенесение» предписанных обществом женщине материнских ролей в область профессиональной деятельности: их героиня изображается не только как состоявшаяся личность и уверенный профессионал, но всегда подчеркивается, что она — счастливая мать семейства, а иное, например, бездетность, несложившаяся личная жизнь и т.п. — не встречается. Рациональное (интеллект, карьера и т.п.) замещается сферой чувств: авторы подчеркивают, что героиню любят дети, подчиненные (если речь идет о руководителе), окруженная любовью и признанием близких, героиня показана счастливой и довольной жизнью. Главные ценностные ориентиры, создаваемые местными газетами, — семейное благополучие и выполнение функций матери.

Газета средних и малых городов, особенно в сельскохозяйственных регионах, выступает за традиционные патриархальные ценности: медийный образ женщины не выходит за рамки стереотипных представлений о женщине-труженице и матери большого семейства, развитых в советскую эпоху. Главные ценностные ориентиры для их читательниц — честный и тяжелый труд, в том числе семейный.

Это подтверждает мониторинг газет УрФО «Новый мир» (г. Курган), «Далматовский вестник» (г. Далматово), «Знамя» (г. Катайск), «Исеть» (г. Шадринск), «Пышминские вести» (г. Пышма), «Шадринский курьер» (г. Шадринск), «Северный луч» (г. Тарко-Сале) за 2010–2011 гг. В его ходе рассматривались информационный повод и характер материала о женщине, социальный статус героини, ее открытость миру, гражданская активность героини материала, а главное — соотношение профессиональной и семейной сфер самореализации женщины.

Социологи⁶ выделяют две базовые сферы самореализации для женщины, присутствующие в медийных текстах:

- **социальную**, связанную с деятельностью, ориентированной на создание общественных благ, выходящей за рамки семьи и превратившейся в профессиональную;
- **биологическую**, связанную с деторождением, воспитанием ребенка, семьей.

Создавая образ героини, журналист, как правило, уделяет внимание почти исключительно этим двум сферам деятельности женщины: профессии и семье. В СМИ они тесно связаны, спаяны: героиня материала, как правило, состоялась в обеих этих сферах. Общественная деятельность, как правило, приравнивается к профессиональной. В соответствии с этим возможно предположить существование нескольких моделей медийных женских образов, ориентированных на ценностные приоритеты:

- модель, основывающаяся на представлении о семье как главной сфере жизни женщины и ее жизненной ценности;
- модель, основывающаяся на представлении о личном, социальном, карьерном успехе как главной сфере жизни женщины и ее жизненной ценности;
- модель, которую можно назвать компромиссом в изображении женщины, основывающаяся на представлении о том, что женщина должна быть успешной во всех сферах: и в семейной, и в общественной.

Как правило, районная пресса и пресса малого и среднего города придерживается первой модели — образа женщины, погруженной в семейную сферу; центральная пресса разрабатывает вторую модель — образ женщины, ориентированной на собственную социальную значимость, а пресса крупных городов и провинциальных мегаполисов занимает промежуточное положение, изображая женщину успешной «и на работе, и дома». Истоки этого явления, возможно, следует искать в разности идеологий, на которых базируется мировоззрение журналистов.

В современной России сложились две идеологии относительно статуса женщин в обществе. «Одна — идеология равенства, всегда присутствовавшая в законодательных актах и нормативных документах; другая — патриархальная, доминирующая в реальной жизни»⁷. Помимо прочих противоречий, порожденных этой двойственностью вкупе с «патриархатным ренессансом» и описанных учеными, выявляется следующее противоречие: центральная и региональная пресса в изображении женщины и ее ценностных ориентиров исходит из идеологии равенства в отношении общественного статуса женщины: в ней видна «ориентация на профессиональную деятельность, экономическую самостоятельность и самореализацию независимо от материальной обеспеченности мужем»⁸. Что касается газеты русского провинциального города, то она исходит из патриархальной идеологии, согласно которой женщина выступает главой рода, «обладает четкой ориентацией на труд, поскольку заработанные ею деньги жизненно необходимы для нее и ее семьи независимо от брачного статуса женщины»⁹.

Медийный образ женщины не выходит за рамки стереотипных представлений о женщине-труженице и матери большого семейства, развитых в советскую эпоху. Главные ценностные ориентиры для читательниц районных газет — честный и тяжелый труд, в том

числе — семейный, и провинциальная газета расставляет акценты именно на этом, ее героиня часто изображена как бесполое существо, взвалившее на себя всю ответственность за благополучие семьи, выполняющее две роли: хранительницы домашнего очага и главы семьи, зарабатывающего деньги. Осознавая собственную значимость в семье, она вполне уверена в себе именно как в работнике. В статьях подчеркивается тяжелая работа, какую ей приходится выполнять, сама героиня характеризуется прежде всего как отличный труженик. В одних статьях подчеркивается героизм труженицы, выполняющей тяжелую работу, в других — внимание акцентируется на беспросветной жизни, горькой судьбе, одиночестве и неприкаянности героини в старости.

Тексты о женщине группируются в два типа материалов:

- портрет с элементами интервью,
- статья к юбилейной дате.

Портретные статьи, как правило, строятся по следующей схеме: вступление, описание жизненных трудностей, через которые пришлось пройти героине, рассказ о семье, перечень профессиональных достижений, отступление в виде упоминания о хобби, увлечениях и обязательное назидание в качестве итога: «Задача педагога — организовать детей на это общее дело, а дети откликнутся с удовольствием (Николаева И. «Рядом с учениками» // Исеть. 1.09.2011)», «В жизни нужно искать больше положительных моментов, тогда и люди будут к тебе относиться с уважением (Трускина Е. «Железная леди горотдела милиции» // Исеть. 22.09.2010).

Поздравления представляют собой краткое биографическое описание, подготовленное чаще всего не журналистами, а Советами ветеранов, библиотекарями, родственниками. Материалы этого характера собраны на одной полосе и иногда производят не самое отрадное впечатление

На иллюстрирующих материалы фотографиях героини часто предстают похожими на мужчину: образ, ассоциирующийся с маскулинностью, создают темная грубая одежда, напоминающая мужскую, отсутствие прически, украшений, макияжа. С одной стороны, фотокорреспондент отразил реальность, ведь сельская жительница, выполняющая тяжелый труд, одета по принципу «просто и удобно». С другой стороны, материалы посвящены не только работе героини, а вообще их жизни, в том числе — частной, семейной, — то есть сферам, предполагающим более мягкий, женственный имидж.

К сожалению, стиль публикаций чаще всего казенный («В многочисленных организационных хлопотах руководителей разных отделов она была незаменимым помощником, надежным товарищем, чутким, доброжелательным человеком». «Наша хлопотунья» // Шадринский курьер. № 39 .20.05.2011).

Таким образом у читательниц формируется представление о труде, в том числе — в семье, общественной работе как главной жизненной ценности женщи-

ны. Во всех материалах более или менее подробно рассказывается о профессиональной деятельности героини, при этом упоминаются не достижения, а награды, например: «За свою работу она награждена множеством почетных грамот разного уровня» (Пышминские вести. 16.06.2011.), — эта фраза в различных вариациях кочует в «районках» из материала в материал.

Семья показана главной ценностью и средой обитания женщины. В каждой публикации отмечается семейное положение героини, в большинстве материалов подробно рассказывается о ее родителях, муже (в том числе о том, как они впервые встретились и поженились), детях. Из статьи в статью переходит одобрительно-назидательная констатация: с детства приучалась к труду, и труд был очень тяжелым, она вырастила сыновей-дочерей, теперь помогает растить внуков, в этом ее смысл жизни.

Профессиональная деятельность рассматривается как продолжение семейной. Показательна в этом смысле статья о жительнице г. Катайска: «Она воспитала ряд молодых кадров, давала добрые советы, которые помогли им в жизни», «Я признательна Нине Алексеевне. Она всегда поддерживала меня, давала добрые советы». Важное значение придается оценке ее работы коллегами: «Начальник управления Хаземов Александр Ананьевич, по рассказам работников управления, был доволен ее работой». Отмечаются награды за труд, призы, почетные грамоты, полученные героиней: «7 июля 1952 г. Курганский обком ВЛКСМ награждает Нину Алексеевну Почетной грамотой как лучшего пропагандиста начального комсомольского политкружка при колхозе им. Хрущева» (Знамя. Газета Катайского района. 02.07.2010). О профессиональном росте, оплате труда, профессиональных конкурсах речи не ведется.

Большая часть материала, как правило, посвящена семье и личным отношениям, даже если речь идет о женщине, достигшей карьерных высот. Например, обширное (и довольно интересное) интервью с заместителем главы администрации по социальным вопросам Пуровского района И.В. Заложук, автор строит на таких вопросах, как «Что такое любовь?», «Каков портрет современной благополучной семьи?», «Но мы же говорим о любви?», «Почему семейная лодка терпит крах?», «Как сберечь свою семью?» и т.п., невольно удерживая героиню материала в рамках «женских» тем и вопросов. Алина Тесля заостряет интерес на семейной и любовной теме, поскольку ее героиня замужем и воспитывает четырех дочек (Тесля А. Поговорим о любви... // Северный луч. № 47. 25.11.2011. С. 12–13).

Общественная деятельность героини часто сводится к проблемам, связанным с обеспечением детства (как, например, в статье Д. Карелина «Семейный вопрос ребром поставили женщины «Сургутнефтегаза» о Седьмой конференции Совета женщин нефтяной компании» // Сургутская трибуна. №79. 7.05.2010) или наставничеством. Отсутствуют установки на успех, самосовер-

шенствование, материальное благополучие, выход за рамки хозяйственных и материнских функций.

Среднестатистическая героиня маленькой газеты провинциального города — немолодая женщина, прошедшая долгий и трудный жизненный путь, наполненный честным и тяжелым трудом, постоянной заботой о семье, — и именно за это уважаемая своими земляками, издание формирует следующее представление читательниц о главном предназначении женщины: обязательно выйти замуж, вырастить детей и при этом честно и безотказно работать в течение всей жизни.

Женские образы, предлагаемые современной прессой и как отражение жизни, и как образец для подражания, представляют собой почти полярные комплексы представлений о месте и функциях женщины в обществе: от гармонизации общественных отношений (пресса мегаполисов) до замыкания в пространстве патриархальной семьи и выполнения трудовых обязанностей (пресса малого и среднего города). Последнее порождено, с одной стороны, условиями российской действительности, загнавшей провинциальную женщину в суровые условия выживания и ответственности за семью, а с другой, возмож-

но, недостаточной изученностью целевой аудитории, оставившей симпатию в советском прошлом.

¹ Всероссийская перепись населения 2010 года. URL: <http://ru.wikipedia.org>

² Шуплецова Ю.А. Отражение в региональной прессе ценностных установок женщины. // Журналистика в 2011 г. Ценности современного общества и СМИ. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. С. 382–383.

³ Смирнова О.В. Гендерная проблематика. Проблематика СМИ. М.: 2008. С. 223.

⁴ Жеребкина И. «Прочти мое желание...». Постмодернизм. Психоанализ. Феминизм. М.: Идея-Пресс, 2000. С. 20.

⁵ Смирнова О.В. Указ. соч. С. 223–238.

⁶ Римашевская Н.М. Гендерные аспекты социально-экономической трансформации в России. URL: <http://www.owl.ru/library/o46t.htm>

⁷ Рыбцова Л.Л. Общественно-политическая активность женщин // Социологические исследования. 2001. №4. С. 78–80.

⁸ Римашевская Н.М. Указ. соч.

⁹ Там же.

Черепова Т.Н.,

Томский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕЦЕНЗИИ В КАЧЕСТВЕННОМ ИЗДАНИИ (НА ПРИМЕРЕ «ЛИТЕРАТУРНОЙ ГАЗЕТЫ»)

Телевизионная рецензия сегодня очень популярна. Многие печатные издания, и качественные и массовые, уделяют значительное внимание телевидению и публикуют многочисленные материалы, посвященные анализу актуальной телепродукции. Современная телерецензия рассматривается многими исследователями как составная часть такого понятия, как медиакритика. Александр Петрович Короченский в статье «Регулятивная роль медиакритики» дает такое определение понятию медиакритика: «Медиакритикой именуется новая, быстро развивающаяся область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых актуальных культурно-творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону создания медийного содержания».

(Под «медийным содержанием» понимается содержательный комплекс средств массовой информации, включающий журналистский, документальный, художественный, рекламно-справочный и иллюстративный компоненты¹).

Медиакритика делится на академическую, профессиональную (внутрицеховую) и массовую, основу которой и составляет телевизионная критика, главным жанром которой является телевизионная рецензия.

Массовая медиакритика стимулирует общественный интерес к актуальным проблемам СМИ, выступает в качестве средства обратной связи между аудиторией и СМИ. Она просвещает аудиторию в вопросах деятельности средств информации, формирует у нее определенную культуру освоения медийного содержания и оценивания деятельности массмедиа, обеспечивает возможность публичного диалога между аудиторией и средствами массовой информации, способствует