

Образ идеальной женщины 70-х и 90-х годов 20 века (на материалах из женских журналов)

Волковой Елена Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: shakovaea@gmail.com

В 20 веке на долю России пришлось множество изменений во всех сферах жизни общества. Нельзя отрицать, что в это время менялись образы людей и их восприятие друг друга. Естественно и то, что менялся образ женщины. Меняется он во всех средствах массовой информации, в частности в журналах. Крайне интересно проследить за этой трансформацией, так как образ женщины часто является «лицом эпохи».

В послевоенное время государству требовался мощный инструмент воздействия, способ продвижения идеологии. Средства массовой информации были крайне подходящим вариантом, в особенности женские издания. Уже к концу 50-х годов существовала целая система женской периодики, представленная на различных административных уровнях: центральном, республиканском и автономном. Женские периодические журналы быстро реагировали на изменения в экономике и других сферах жизни общества. Так, в журнале «Крестьянка» открывались новые рубрики на злобу дня: «Школа экономических знаний», «Пост эффективности и качества». В этих колонках авторы знакомили читателей с методами «работы передовиков..., добившихся высокой эффективности труда и выпуска продукции... хорошего и отличного качества» [Крестьянка, 1976, №4: 5]. Из-за увеличившегося числа безработных, журнал сразу же открыл рубрику «Служба надежды», в которой публиковались объявления о вакансиях. Поддавалась структурным изменениям и организация журнала «Работница». Создавались колонки актуальные для того времени: «Экономия и бережливость», «Экономические письма» и другие.

Именно эти два журнала «Работница» и «Крестьянка» являлись основными представителями прессы для женщин того времени. У них была единая программа и государственная идеология, целевой аудиторией были советские женщины. Эти центральные издания были примером для всех остальных представителей женской периодики. Они задавали не только основные параметры в темах статей, но и в оформлении. У этих журналов были самые большие тиражи во всем СССР. Основные темы уделялись производствам, изменениям политических настроений в стране. Интересной особенностью являлось то, что помимо постоянных авторов статьи писались и непрофессионалами - женщинами-работницами и крестьянками.

Одним из основных разделов этих журналов были статьи, посвященные трудящейся женщине. Таким образом, в «Крестьянке» была постоянной рубрика, посвященная женщинам-трактористам. «Человек нашел призвание» С. Штейнберг, «Капитаны в козынках» Т. Каратыгиной, «Фамильная профессия» В. Соколовой и другие [Крестьянка, 1972, №1,3, 1974 №3].

Но уже к концу 80-х началу 90-х годов ситуация значительно меняется. Женские вопросы встают под другим углом, авторы статей задумываются и пишут о правах женщин.

Например, поднимается тема ночного труда советских женщин, слабой семейной экономики [Работница, 1988, №4,10,12]. Образ женщины, который годами создавался советской пропагандой, начал исчезать со страниц журналов. Теперь образы женщины делятся не на женщину-труженицу или женщину-передовика. Теперь появляется женщина работающая, но мечтающая посвятить себя семье [Работница, 1986, №5: 26]. На подобное изменение настроений в обществе сразу же отреагировали женские издания, начали развитие семейных ценностей и интересов на своих страницах.

В 1991 году произошли резкие изменения во всех сферах жизни советского общества. Естественным образом подобное повлияло и на средства массовой информации. Женская пресса теперь обращалась непосредственно к интересам женщин, а не следовала идеологическим принципам государства. Теперь главное место занимали такие темы, как взаимоотношения полов, внутренний мир женщины, отношения в семье и тому подобные. Хлынул большой поток информации с запада. И теперь, таким журналам, как «Работница» и «Крестьянка» нужно было искать свою нишу в периодике того времени, чтобы не потерять статус популярного женского журнала. Для поддержания интересов российских изданий даже была создана Лига семейных и женских журналов России [Работница 1993, №8: 13].

Проанализировав женские журналы, которые издавались с 70-х до 90-х годов 20 века, мы можем выявить образ той женщины, которая являлась идеальной на тот момент. Видна динамика изменения этого образа, а так же факторы, которые на эти трансформации влияли [Гусева 1999]. Можно сделать вывод, что журналам под силу создать тот образ, к которому женщина будет стремиться. В зависимости от изменений среды, меняется и общественное мнение. Женские журналы очень умело могут влиять на свою аудиторию, опираясь на это мнение. И во многом, то образ, который признается в средствах массовой информации, часто является навязанным.

Источники и литература

- 1) Гусева Ю.Е. Женщина на страницах женских изданий. М., 1999.
- 2) Крестьянка № 1, 3 1972., № 3 1974., №4 1976.
- 3) Работница № 5 1986., № 4, 10, 12 1988., №8 1993.