

## ЖІНОЧА ПАРАДИГМА В ЗАПОРІЗЬКІЙ ПРЕСІ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

*Микитів Г.В., Савчин Л.В.*

*Актуальність.* Активні суспільні трансформації, що відбуваються нині в українському суспільстві, суттєво змінюють усталені способи життєдіяльності жінок і чоловіків, суспільні норми та ідеологічні конструкції, що їх визначають. Для позначення нових стратегій регулювання соціостатевих відносин у суспільних науках виник термін „гендер” і започаткувалися гендерні дослідження. Велику роль у формуванні гендерної свідомості суспільства й особистості відіграють ЗМІ. Адже лише збалансоване висвітлення місця та ролі жінок і чоловіків у суспільстві сприятиме гармонізації суспільних, економічних, політичних, культурних та міжособистісних процесів.

Питання теорії і практики гендеру розглядають Н. Габріелян, О. Вороніна, О. Іващенко, Н. Чухим, О. Ярська-Смирнова. Про місце гендеру у мас-медіа писали Н. Ажгіхіна, Н. Спідоренко, Л. Таран, О. Помазан.

*Метою статті* є систематизація теоретичних положень гендеру і засобів репрезентації жіночої парадигми в запорізьких газетах.

*Завдання статті:* обґрунтувати теоретичні засади гендеру і суміжних понять, простежити відображення гендерності у ЗМІ, проаналізувати типологію жіночих образів у запорізьких друкованих виданнях, здійснити порівняльну характеристику фемінності в газетному дискурсі.

*Постановка проблеми.* Незважаючи на те, що гендер є предметом дослідження як українських, так і зарубіжних учених, які акцентують на соціокультурній статі, досі немає єдності щодо його визначення. Зокрема, дослідниця О. Ярська-Смирнова вважає, що гендер – це те, на що суспільство перетворює фізичні, анатомічні, психологічні відмінності людей [8, с. 40]. З цим визначенням перегукується і думка Н. Габріелян, котра вважає, що використання терміна „гендер” зумовлене „необхідністю розмежування „природних” (постійних) аспектів статі та „штучних” (змінних)” [3, с.36]. На думку російської дослідниці О. Вороніної, гендер створюється суспільством як соціальна модель жінок і чоловіків, яка визначає їх становище і роль у ньому і його інститутах [2, с. 124]. Схожі тлумачення ми подибуємо і в українських дослідниць О. Іващенко та Н. Омельченко. У першій гендер означає не суто біологічні чи фізіологічні властивості, якими різняться чоловіки та жінки, а соціально сформовані риси, притаманні „жіночності” та „мужності” [4, с. 79]. У другій гендер – соціальний конструкт, створений суспільством на певному історичному етапі розвитку та підтримуваний механізмами соціалізації [6, с. 215]. Отже, як бачимо, в основі наведених дефініцій – соціологізація індивіда (жінки або чоловіка) в суспільстві. У найширшому розумінні „гендер” можна визначити як змодельовану суспільством та підтримувану соціальними інститутами систему цінностей, норм і характеристик жіночої та чоловічої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та відносин жінок і чоловіків,

набутих ними у процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним, культурним контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі. Крім того, зараз поняття „гендер” вживається у значенні політики рівних прав жінок та чоловіків, а також як синонім до слова „жінка” як більш нейтральне і об’єктивне.

Гендер відбивається у суспільстві через гендерні ролі та стереотипи, які є одним з проявів соціально сконструйованих та відтворюваних стосунків влади та нерівності. Гендерні ролі зумовлені диференціацією усіх членів суспільства на дві категорії – жінок та чоловіків – і передбачають ціннісно та нормативно визначену поведінку. Цю думку підтримує і дослідниця О. Іванова: „Гендерні ролі є одним із видів соціальних ролей, вони – набір очікуваних зразків поведінки (або норм) для жінок та чоловіків” [5, с. 76].

У гендерних ролях закріплюються гендерні стереотипи, які визначають тип статевої поведінки у суспільстві і характеризуються консервативністю. У загальному розумінні під гендерними стереотипами розуміють сформовані в культурі узагальнені уявлення про те, як у повсякденному житті поведуть себе жінки та чоловіки. Можна сказати, що це спрощені, схематизовані образи жінки та чоловіка. Як зазначають дослідники, гендерні стереотипи функціонують у вигляді стандартизованих уявлень про моделі соціальної поведінки та риси характеру, які сформувалися на основі характеристик маскулітності (компетентність, активність, незалежність) та фемінності (пасивність, нерішучість, надмірна емоційність) [5, с. 78].

Важливу роль в актуалізації тих чи інших сторін мужності та жіночності відіграють ЗМІ. Говорячи про відображення гендерності в них, звернемо увагу на репрезентацію жіночої статі мас-медійними засобами. Варто зазначити, що наші мас-медіа далекі від конструювання гендерної паритетності на сторінках газет і журналів, в теле- і радіоєфірі. Образи жінок, які тиражуються ЗМІ, продовжують перебувати в полоні гендерних ролей і стереотипів, хоч і значно оновлених, які нав’язують жінці вторинні, принизливі ролі. Так, зараз вже не привабливе образ матронни-домогосподарки і модним стає образ супержінки, компетентної, матеріально незалежної жінки, яка робить блискучу кар’єру – і водночас продовжує залишатись бездоганною господинею, ніжною дружиною, чарівною коханкою. Ще один популярний стереотип, який буквально заповнив мас-медійний простір, пов’язаний із сексуальною привабливістю жінки та естетизацією її зовнішності – образ жінки-ляльки, який трансформувався з усталеного образу жінки-берегині. Це знов-таки проектує на жінку чоловічі вимоги й запити, не враховуючи її власної позиції.

Досліджуючи репрезентацію жіночої парадигми в матеріалах запорізьких газет „МИГ”, „Наше время +” та „Запорізька правда”, слід зазначити, що акцентуація фемінності залежить від екстралінгвістичних факторів, а саме типу видань та запитів читачів. Комерційні видання „МИГ” і „Наше время +”, роблять ставку на інформаційно-розважальні матеріали, в яких відбивається особисте, інтимне життя не тільки знаменитостей, але й простих смертних, культивуються тілесність та сексуальність. Тематика праці, виробничих успіхів, духовної творчості і в цілому професійної самореалізації жінок висвітлюється на сторінках „Запорізької правди”, яка є державним виданням і виконує соціальне замовлення.

Особливо яскраво представлена жіноча парадигма в тижневику „МИГ”, який є одним з найпопулярніших і читабельних в Запоріжжі та регіоні. Незважаючи на те, що

матеріали, які стосуються жінок, становлять не більше одного відсотка від загальної площі видання, тут образи жінок зустрічаються в найрізноманітніших контекстах. Це може бути побіжна згадка про жінок в невеликих замітках (наприклад, замітка «Искусство в массы, женщин – в парламент», яка інформує про благодійний концерт всеукраїнського об'єднання „Жінки за майбутнє”, і жодного слова про саме об'єднання чи мету концерту. Основна увага приділяється артистам та їх зовнішньому вигляду: «Лолита, очень построивневшая, просто как девочка, в розовом, облегающем сарафанчике...»), коротка інформація на соціальну тематику, подеколи з кримінальним сюжетом (у матеріалі В. Шака «Наташа очень хочет найтись» спостерігається образ маргіналки – дівчини-сироти, яка волею обставин у свої 23 роки приречена на довічне існування у психлікарні. Стереотипний образ жінки – жертви насильства подібуємо в матеріалі кримінального характеру «Роковая ночь Ларисы Карпуниной» – водія таксі, яку згвалтували і вбили двоє молодих хлопців) та матеріали культурної тематики і власне відображення участі жінок у культурному житті суспільства. Це в основному інтерв'ю з художницями, акторками, артистками (наприклад, замітки про запорізьких художниць – Галину Сапегіну («Не люблю, когда о художниках много кричат») та Наталію Коробову («Муза с собачкой»). Жіночі образи постають і в матеріалах інтимної тематики, яка розкривається у рубриці «Только для взрослых». Це інформація типу «Как раскусить любимого?», «Какой пол лучше?», «Почему хорошо быть женщиной, а почему мужчиной?», «Как уйти от маньяка?» тощо. У такого роду матеріалах жінка постає або як жертва, або як красива лялечка, яка покликана задовольняти чоловіка.

Також основні „жіночі публікації” описують супер-еліту місцевого рівня або столичний бомонд. Вони відрізняються як за змістом, так за і формою подачі. Так, наприклад, в рубриці «Судьба» подається інтерв'ю Г. Стіциної з дружиною губернатора Галиною Карташовою «Легко ли быть женой губернатора?», в якому особистість героїні розкривається через образ її чоловіка. Яскравим прикладом цьому послужить цитата: «Вы по натуре лидер или ведомый?» – Рядом с мужем я ведомый. Все, что я делаю хорошее в жизни для детей, друзей, родственников, я делаю не ради благодарности, а ради того, чтобы меня похвалил муж: «Молодец, Галчоночек». Наступні питання інтерв'ю підтверджують гендерний стереотип про вторинну, опікунську роль жінки, залежність від чоловіка та створюють образ жінки-берегині домашнього і душевного затишку свого чоловіка. Відображення столичної еліти подається більше в розважальному характері і повідомляє, наприклад, хто і як був одягнутий («Екатерина Чумаченко: платье из Львова, сумочка и туфли – из Парижа»).

Найчастіше на сторінках газети постають образи успішних жінок та жінок-лідерів. Наприклад, героїні матеріалів, розташованих під рубрикою «Бизнес-леди» обіймають керівні посади, зокрема, це директор торгового дому „Рута” Ольга Кутепова, президент клубу ділових жінок „Запоріжанка” Лідія Гаркуша, директор центру розвитку моди „Раут” Ірина Рильська, а також героїні традиційної рубрики „Гость” – голова правління Запорізького міського фонду правового і соціального захисту сімей військовослужбовців Ганна Воробійова, начальник служби у справах неповнолітніх Запорізької облдержадміністрації Антоніна Заїц та ін. Увагу привертає рубрика «Есть такая профессия», в якій з'являються публікації про специфічні жіночі професії (жінки-снайперші, роль жінок в роботі спецслужб).

Отже, в матеріалах газети „МІП” активно виступає образ супержінки, яка обіймає певну посаду чи керує власним бізнесом, виховує дітей і дбає про чоловіка, а також сміливо завойовує чоловічий світ, опановуючи суто чоловічі види діяльності, і тим самим руйнує усталений стереотип про залежність професії від статі. Головним редактором тижневика також є жінка, і в журналістському колективі жінки превалюють над чоловіками.

У газеті „Наше время +” матеріали про жінок зустрічаються дуже рідко. Жіночі образи знаходять своє відображення у матеріалах на культурну тематику і носять інформаційно-розважальний характер. Увагу видання привертають образи співачок, акторок, моделей, переможниць конкурсу краси. Наприклад, інтерв'ю І. Перепилиці з відомою телеведучою, шоу-дівою, а тепер і співачкою Ольгою Горбачовою під назвою: «У меня есть две любви – Юра Горбунов и Володя Зеленский». Журналістка не зосереджується тільки на приватному житті героїні, але й цікавиться питаннями професійних інтересів, планів («Оля, насколько серьезно вы относитесь к певческой и композиторской карьере? Будет ли оставлено поприще телеведущей?»). Продовжує тему кіно й акторок інтерв'ю М. Кирсанової «Тульская бабушка» с приветом из Америки» про Лідію Федосєєву-Шукшину. Тут спостерігається певна естетизація зовнішнього вигляду акторки, а саме її нарядів: «Лидия Николаевна. Вы по-прежнему восхищаете публику. У Вас такие красивые туалеты. На официальной церемонии открытия Вы появились в шикарном вязаном крючком костюме ручной работы...». Тему продовжує матеріал К. Прядун «Студентки, спортсменки и просто красавицы», який інформує про конкурсу краси „Міс Університет”. Весь матеріал побудований на естетичних оцінках автора героїнь конкурсу краси, а також їхніх нарядів: «Наташа – очень артистичная, обаятельная и красивая девушка», «Все девушки симпатичные и талантливые, в них нет искусственности и безликости, а платья, нарядные, пышные, похожие на свадебные». Спостерігається тут ще один жіночий стереотип, пов'язаний з їжею і вагою ідеальної жінки: «Ксюша обожает сладости, особенно пирожные и мороженое, правда, не забывает, что такая любовь может отразиться на фигуре модели». Але тут акцентуація зовнішності є виправданою, оскільки відповідає змісту і темі матеріалу.

Відповідно можна сказати, що дане видання тиражує образ жінки-ляльки, яка має подобатися і задовольняти чоловіка. Зазначимо, що, на відміну від попереднього видання, тут стаття автора впливає на зміст публікацій про жінок, але з зовсім неочікуваним акцентом. Чоловіки-автори у газеті „Наше время +” пишуть насамперед про професійну діяльність героїнь і дуже рідко згадують про зовнішність і красу. Жінки ж, навпаки, зосереджуються на питаннях особистого характеру, сексуальності жінки, ідеальної ваги та їжі.

Зовсім неочікувано виявилася репрезентація жіночої парадигми в газеті „Запорізька правда”. Видання щотижня друкує матеріали про жінок і пропагує образ жінки-працівниці незалежно від виду і місця діяльності. Тут однаково постають доярки і листоноші, учителі і керівники фірм. Можна припустити, що дана тенденція залежить від типу видання, яке продовжує традиції радянської преси 1930-х років, де ЗМІ підкреслювали не стаття „передовиків виробництва”, а їх „ударний труд”. Так, тут присутні образи педагога-біолога, заслуженого вчителя України Таліни Котик,

„улюбленої бібліотекарки” Катерини Грипась, листоноші Юлії, передової доярки Надії Верещаги.

У цьому виданні також спостерігається тенденція до зображення жінок-лідерів. Так, ділиться досвідом управління директор ВФ „Злагода” Катерина Луценко, про великі проблеми малого бізнесу говорить заступник начальника головного управління економіки облдержадміністрації Валентина Андреева, про підсумки роботи податкової адміністрації звітує голова Державної податкової адміністрації області Тетяна Єфименко.

*Висновки.* Слід зазначити, що значний вплив на відображення жінок у даних ЗМІ здійснює популярна зараз тенденція сексуалізації публіцистичного дискурсу. Тому в кожній вищезгаданій газеті акцентується незалежно від типу видання і статі автора чи головного редактора еротизація жіночого образу, естетизація жіночої зовнішності, презентація жінки як сексуального об'єкта і, відповідно, чоловіка як споживача жіночої сексуальності.

### Список літератури

1. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масмедиа // Гендерные исследования. – 2000. – № 5. – С. 261-273.
2. Воронина О. Гендер Под ред. О. Ворониной. – Хрестоматия к курсу «Основы гендерных исследований», – М.: РГГУ, 2000. – 567 с.
3. Габриэлян Н. Ева – это значит «жизнь» // Вопросы литературы. – 1996. – Вып. 4. – С. 31-71.
4. Иващенко О. Гендерна наукова перспектива: від світогляду до політики // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 6. – С. 76-81.
5. Иванова О. Гендерная проблематика в психологии // Введение в гендерные исследования / Под ред. И. Жеребкиной. – Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2001. – Ч. 1. – С. 74-82.
6. Омельченко Н. Гендерна політика в контексті соціальних змін // Гендер і культура: Збірник статей / Упор.: В. Агєєва, С. Оксамитина. – К.: Факт, 2001. – С. 215-220.
7. Сидоренко Н. Жінка та ЗМІ: гендерний аналіз преси, радіо та телебачення України. Моніторинг засобів масової інформації. – К.: Факт, 1998. – 120 с.
8. Ярская-Смирнова Е. Возникновение и развитие гендерных исследований в США и Западной Европе // Введения в гендерные исследования: Учебное пособие / Под ред. И. Жеребкиной. – Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2001. – Ч. 1. – С. 17-48.

*Поступила до редакції 29.08.2006 р.*