

ГЕНДЕРНАЯ КАРТИНА МИРА В ЖУРНАЛЕ «COSMOPOLITEN»

Кихтан Я.В.

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

(344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69), e-mail: ekstazi15@mail.ru

В работе мы рассмотрели картину мира с точки зрения гендерного принципа, который проявляется в использовании различных речевых средств и их частоте у мужчин и женщин. Сделали вывод, что языковые гендерные ассоциативные картины мира отличаются друг от друга содержанием, формой, лексической наполненностью.

В статье рассказывается о картине мира, которую создают современные средства массовой информации, и, которая оказывает большое влияние на формирование модели окружающей действительности в сознании человека. Каждый читатель выбирает то средство информации, которое наиболее точно отображает его представления о мире.

Проанализирована картина мира с точки зрения мужской и женской коммуникации, создаваемая при помощи разных речевых средств, отличающихся их частотой использования и лексической наполненностью.

Ключевые слова: гендерная картина мира, гендерный признак, скрытая реклама, рубрика.

GENDER PICTURE OF PEACE IN THE JOURNAL

«COSMOPOLITAN»

Kihtan Y.V.

Rostov State University of Economics (RINH) (344002, Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya, 69), e-mail: ekstazi15@mail.ru

In this paper we examined the picture of the world in terms of gender principle, which manifests itself in the use of various speech resources and their frequency in men and women. It is concluded that gender-associative language picture of the world differ in content and form, the lexical content.

The article tells about the picture of the world, which is created by the modern media, and which has a great influence on the formation of environmental models of reality in human consciousness. Each reader chooses the medium that most accurately reflects his view of the world.

Analyzed picture of the world in terms of male and female communication created by means of different speech means other than their frequency of usage and lexical content.

Keywords: gender picture of the world, gender, hidden advertising, heading.

Современные средства массовой информации имеют большое влияние на сознание человека. С их помощью формируется определенная картина мира, в центре которой – человек. На примере журнала «Cosmopolitan» мы рассмотрим картину мира, в центр которой помещена женщина, чьи гендерные и социальные роли отражены в рубриках журнала [1, С.25].

Журнал «Cosmopolitan» представляет собой гляцевый, иллюстрированный объемный журнал, который выходит с 1995 года. Он является частью медиакомпании Independent media. Журнал также выходит в формате видеoverсии на телеканале ТНТ и радиопередачи на радиостанции «Маяк», а также имеет интернет-версию на сайте www.cosmo.ru.

Нами было отобрано 8 номеров журнала: март, апрель, май, октябрь, ноябрь, декабрь - 2008 года и январь, март – 2009 года. Тираж в 2008 г. составлял 1 млн. 50 экземпляров, в 2009 году в январе снизился до 950 тыс., а в марте - до 930 тыс. экземпляров.

Журнал «Cosmopolitan» имеет свой особый стиль, который складывается из нескольких параметров. В журнале особая подача материала. К читательнице, как правило, обращаются в форме 2 лица единственного числа –

на «ты» («обсуди с любимым», «скрывай недостатки», «если ты впервые опоздала на работу», «будь проще», «Ты и он» и т.д.). В статьях авторы в непринужденной форме как будто беседуют с читательницей, задают вопросы и тут же отвечают на них, отождествляют друг друга, сочувствуют и ободряют, таким образом создавая дружественную атмосферу. Женщина на страницах журнала - подруга, мужчина же обозначается словом «он» или «МЧ» (молодой человек) и идет в качестве «приложения».

В журнале «Cosmopolitan» статьи и другие письменные материалы в основном создаются женщинами. В связи с этим можно говорить о наличии в тексте признаков женской письменной речи. В частности, вводные слова, дополнения, выражающие неуверенность (наверно, может быть и т. д.), стилистически повышенные формы, клише (тяжкое бремя, масса деталей, страшные пробки и т.д.), использование конструкций «наречие + наречие» (просто необходимо, очень страшно, намного легче и т.д.).

Отличительной чертой женской речи является то, что женщины чаще ссылаются на личный опыт, приводя конкретные примеры из жизни. Эта черта актуальна в нашем журнале, так как большое место в нем занимают письма читательниц, консультации со специалистами, обмен опытом и советами. Эти приемы также создают эффект ненавязчивой дружественной беседы, который рассчитан на формирование доверия между автором и читателем [3, С.258].

Большое место в журнале отведено прямой и скрытой рекламе, которая представлена в традиционном и нетрадиционном виде. Предлагаемые товары в основном ориентированы на женскую аудиторию. Среди них есть предметы косметики, парфюмерии, средства гигиены, одежда (в том числе нижнее белье и обувь), лекарственные препараты, бытовая и цифровая техника, а также табачная и алкогольная продукция. Некоторые рекламные материалы представлены в форме ответов на вопросы читателей, тем самым располагая к покупке.

Рекламе товаров для мужчин отведено меньше места, чем для женщин. Они идут с пометкой «для него»: первенство остается за женщиной, поскольку

в мире Cosmopolitan выбирает она, а не мужчина, и даже мужской аромат предлагается женщине, чтобы она решила, стоит ли его преподнести в подарок мужчине.

В данном журнале складывается особая картина мира, которую можно назвать «мир Cosmopolitan». В центре этого мира «девушка Cosmo». Параметрами этого образа является: счастье в любви, успех в карьере, здоровый образ жизни, достаток выше среднего. Журнал целенаправленно создает этот образ молодой, самодостаточной женщины в различных жизненных ипостасях. Эти гендерные и социальные роли отражены в названиях рубрик и темах статей.

Cosmopolitan включает постоянные рубрики, специальные и социальные проекты. Для анализа было взято несколько постоянных рубрик:

— «Девушка Cosmo в эту минуту...»;

— «Cosmo-shopping»;

— «Лицо с обложки»;

— «Интервью»;

— «Ты и он»;

— «Твоя жизнь»;

— «Твоя карьера»;

— «Секс»;

— «Твой отпуск»;

— «Путешествия»;

— «Твое здоровье»).

— Рассмотрим каждую рубрику.

Рубрика «Девушка Cosmo в эту минуту...» занимает объем в одну страницу и содержит мини-план релаксации и восстановления физического и душевного состояния на текущий месяц. В рубрике рассказывается о том, какие мероприятия посетить, чем заняться в свободное время, как обрести гармонию с собой и так далее.

Данная рубрика предлагает альтернативу чтению журнала, то есть девушка, уже прочитавшая очередной номер «Cosmopolitan», занимается тем, что «предложено» в рубрике - поет в караоке, слушает музыку, обсуждает прочитанные книги, позволяет себе маленькие слабости, занимается спортом, рукоделием и т.п. Образ девушки Cosmo – вот к чему должны стремиться читательницы журнала, если они еще таковыми не являются. Другими словами, в рубрике рассказывается о досуге

Рубрика «Cosmo shopping» посвящена созданию имиджа и внешнему облику, которые занимают важное место в создании образа девушки Cosmo. Об этом говорит обилие рекламируемых товаров, а также многочисленные рубрики, посвященные моде и стилю. В ней предлагается перечень наиболее полезных и стильных покупок в текущем месяце, ориентируясь на сезон и современные модные тенденции: одежда, обувь, аксессуары. Так, например, в холодное время года делается акцент на теплых вещах (меха, джемперы, шарфы), весной и летом предлагаются яркие, смелые цветовые решения (живописные расцветки, возвращение 70-х годов), в осеннее время рекомендуются практичные варианты (сапоги, плащи, зонты).

Журнал ориентирует своего читателя как в модных тенденциях, так и в стоимости этих товаров: в конце журнала указаны примерные цены рекламируемой одежды и аксессуаров с адресами магазинов, где можно совершать ежемесячный cosmo-shopping.

Рубрики «Лицо с обложки» и «Интервью» помещают в центре повествования публичного, молодого, успешного человека.

В рубрике «Лицо с обложки» рассказывается о том, чье изображение на обложке журнала. Обычно это девушка – певица, актриса либо модель: Кэмерон Диас, Джесика Симпсон, Рианна, Миранда Керр и другие. Она становится героиней портретного очерка. В нем рассказывается о ее жизни и творчестве. Как правило, девушка с обложки является олицетворением образа «девушки Cosmo»: молодая, успешная, красивая, с высоким уровнем доходов и т.д. Героиня рубрики не российский представитель, а западный. Можно сделать

вывод, что таким образом российским читателям представлен западный пример успеха в жизни.

В рубрике «Интервью» прослеживается обратная тенденция: в основном ее героями становятся российские представители. По-видимому, это можно объяснить тем, что с отечественными знаменитостями легче организовать и провести интервью, чем с иностранными. Выбор интервьюируемых лиц схож с выбором героинь для обложки журнала, так как их главными критериями остаются популярность и успех. Однако, рамки расширяются, поскольку мы можем видеть в данной рубрике как женщин, так и мужчин; как представителей шоу-бизнеса и кино, так и спортсменов и бизнесменов.

Тематика интервью четко не обозначена. Задаваемые вопросы разнообразны: они посвящены личной жизни, карьере, отдыху, отношению к противоположному полу, а также вопросы на философские и отвлеченные темы.

Тем самым, у читателя создается целостный образ интервьюируемого, благодаря которому формируется отношение к его личности и его деятельности. Как правило, этот образ положительный и складывается он из того, что известный человек (например, Ксения Собчак, Андрей Аршавин, Филипп Янковский, Тина Канделаки и другие) приобретает черты «обычного» человека: работает, устает, отдыхает, любит, развлекается, переживает о чем-то. Создается ощущение отождествления читателя и героя интервью, то есть если популярной личности удалось добиться успеха в жизни и карьере, то этого сможет достичь любой.

Рубрика «Ты и он» посвящена отношениям между мужчиной и женщиной. Темы статей разнообразны, можно выделить наиболее частотные: ошибки мужчин и женщин в общении друг с другом и советы по их устранению; знакомство и флирт; брак и связанные с ним хлопоты и проблемы; эмоциональные переживания женщины. В рубрику входят материалы в форме писем читателей, в которых они делятся опытом друг с другом. Данный интерактивный прием дает основания полагать, что отмеченные проблемы

актуальны и действительно требуют анализа. В каждом номере журнала есть статья, посвященная браку. Авторы положительно оценивают это событие в жизни женщины, тем самым давая ей понять, что это единственно верное продолжение близких отношений.

Таким образом, личные взаимоотношения занимают большое место в жизни женщины, поскольку для того, чтобы быть успешной во всем, также нужно быть счастливой в любви.

В рубрике «Твоя жизнь» ярко выражена установка на счастье и душевный комфорт. Ее название говорит о том, что речь идет только о женщине и ее гармонии с самой собой

Темы статей посвящены проблемам, с которыми сталкивается женщина. В данной рубрике она предстает перед читателем как девушка, занимающая активную жизненную позицию, поэтому темы разнообразны и относятся к различным сферам жизни. Перечислим некоторые из них: грамотная речь; межнациональные браки; феминизм; борьба с негативными эмоциями: раздражением, завистью, хандрой, застенчивостью, страхами и фобиями; построение взаимоотношений с людьми; плюсы и минусы некоторых физиологических особенностей женщины (высокого роста, пышного бюста); проведение досуга (танцы, пение, отдых, шопинг, фаер-шоу); женщина за рулем и другие [2, С.58].

Последняя тема обсуждается на страницах журнала практически из номера в номер. Рассматривая проблему женщины за рулем, авторы основываются в первую очередь на том, чтобы повысить уровень компетентности женщины в «мужской» области – автомобиль и вождение. Можно сделать вывод, что приумножая знания в этой узкой сфере, наблюдаются попытки формирования равноправия между мужчинами и женщинами.

Вышеперечисленные темы, как мы можем видеть, относятся к особенностям женского восприятия действительности или же ориентированы

на них. Авторы статей анализируют проблемы, выявляют причины возникновения и дают всевозможные пути их решения.

В рубрике «Твоя жизнь» значительное место отведено письмам читателей, в которых они рассказывают о своих проблемах и о борьбе с ними.

Следующая рубрика, которую мы рассмотрим, носит название «Твоя карьера». В ней речь идет о том, как выбрать престижную профессию, получить достойное образование, устроиться на работу и комфортно чувствовать себя в трудовом коллективе. Темы статей можно условно разделить на две группы: для работающих и неработающих женщин.

Неработающим читательницам даются рекомендации по выбору профессии и должности, по подготовке к собеседованию и составлению резюме, по совмещению учебы и работы, а также приводятся различные графики работы. Журнал «Cosmopolitan» делает акцент на выбор более престижных и прибыльных профессий, тем самым настраивая своих читателей на верный успех в карьере.

Женщинам, которые получили профессию и имеют опыт работы, даются советы другого характера. Главное место занимают не столько профессиональные качества, сколько этические, общечеловеческие принципы общения и поведения на рабочем месте. В подтверждение этому приведем примеры нескольких тем статей рубрики «Твоя карьера»:

- поддержание корпоративного духа;
- дресс-код;
- адаптация «новенького» в офисе;
- панибратство в общении и другие.

При этом делается акцент на достижения взаимопонимания в офисе и налаживания межличностных связей, что играет значительную роль в женском коллективе.

Профессиональные качества женщины характеризуются меньше, а статьи, им посвященные, носят сравнительный и показательный характер. Так, в нескольких номерах журнала в рубрике «Твоя карьера» есть материалы под

пометкой «секреты успеха». В них молодые и успешные женщины, занятые в разных сферах труда, рассказывают о своем жизненном пути и продвижении по карьерной лестнице, дают советы, как добиться успеха в профессии. Подобная подача материала схожа с письмами читателей, с которыми мы встречались в предыдущих рубриках.

Рубрика «Твоя карьера» посвящена тому, чтобы помочь женщине достичь высокого материального достатка, который является неотъемлемым параметром образа «девушки Cosmo».

Далее мы рассмотрим рубрику «Секс». Она посвящена половым отношениям между мужчиной и женщиной. Эта интимная сторона жизни изображена весьма детально. Темы статей в данной рубрике можно условно разделить на два типа.

К первому типу относятся материалы, в которых подробно описываются физиологические особенности сексуальной жизни, можно сказать, ее практическая сторона. Выносятся на обсуждение такие темы, как эротический массаж, выражение лица и звуки партнеров, варианты поз, секс-игрушки и специализированные предметы мебели. Откровенное описание этих нюансов дается для того, чтобы читательницы с помощью журнала «Cosmopolitan» приобрели практические навыки в сексуальной сфере. Многие материалы написаны авторами на основе их опыта, приобретенного в результате специального эксперимента, который был проведен непосредственно для создания статьи [1, С.48].

Ко второму типу можно причислить материалы, которые представляют эмоциональную сторону половых отношений: раскрепощение партнеров, их страхи и желания, подготовка к физической близости (составление меню, выбор обстановки). Как утверждают корреспонденты, и физическая, и эмоциональная близость одинаково важны для женщины, чтобы достичь гармонии и взаимопонимания со своим половым партнером. Рубрика «Секс» является примером того, что весь журнал основан на доверительном и

откровенном диалоге с читательницами, где не существует запретных тем для разговора и обсуждения.

Следующие две рубрики «Твой отпуск» и «Путешествия» адекватны назначению и смысловой нагрузке. В рубрике «Твой отпуск» речь идет о подготовке к отпуску: приведение тела в нужную форму, выбор места для поездки, а также варианты активного отдыха в зависимости от времени года, например, коньки, лыжи, дайвинг и другие.

Рубрика «Путешествия» включает в себя статьи по выбору места отдыха. К этим местам относятся города России и зарубежья, а также страны, где активно процветает туризм: Италия, Греция, Канарские острова, Таиланд, Доминикана, Швейцария и другие. Отдых в этих странах считается элитарным и предлагается читателям из расчета на их высокие денежные доходы. Отдельное внимание обращено на страны, которые находятся по соседству с Россией: Киргизия, Узбекистан, Монголия. С одной стороны, авторы выделяют их как наиболее интересные и познавательные места с точки зрения культурного наследия. С другой – они акцентируют внимание на популярных сегодня путешествиях по экзотическим странам в связи с возросшим интересом к такому виду туризма.

Журнал «Cosmopolitan» формирует у своего читателя представления о модных тенденциях, в том числе и о современных взглядах на отдых и местах его проведения, тем самым строя в его сознании идеальную картину мира, состоящую из конкретных географических названий, не включая туда неинтересные и заурядные места.

Рубрика «Твое здоровье» посвящена здоровью женщины. Тематику рубрики можно условно разделить на три группы:

1. болезни, их лечении и профилактика;
2. здоровое питание и подбор диеты;
3. занятия йогой, физические нагрузки.

В первой группе речь идет о так называемых «болезнях месяца»: болезни, которым подвержен организм в данное время года и методы борьбы с ними.

Например, в весенних номерах журнала внимание уделено аллергическим заболеваниям, а в осенне-зимний период – авитаминозу, простуде и гриппу.

Присутствуют материалы по так называемым «внесезонным» болезням: аппендицит, кариес, депрессия и фобии. При этом подробно рассказывается про саму болезнь, ее лечение и последующую профилактику.

Вторая группа статей посвящена здоровому питанию. Этой теме отведено большое место. Рассказывается о пользе и вреде отдельных продуктов (шашлык, сладости), а также приводятся рецепты полезных, но вкусных блюд, что особенно актуально для женщин.

Среди всех проанализированных номеров журнала в рубрике «Твое здоровье» говорится о том, что женщина постоянно находится на диете. Причем это состояние у нее непрерывно. В одной из статей рассказывается о том, как соблюсти диету во время праздников, то есть накрыть праздничный стол и не навредить организму вредной пищей.

Пристальное внимание к диетам говорит о том, что у женщин проблема лишнего веса стоит особенно остро, то есть недопустимы отклонения от общепринятого идеала красоты – модельной внешности.

В третьей группе речь идет о физических нагрузках. Читателям предлагаются упражнения для укрепления разных групп мышц. Большое место отведено занятиям йогой. В основном подобные нагрузки рекомендуются женщинам не для увеличения мышечной массы, а для поддержания фигуры в совокупности с правильным питанием.

Существуют альтернативные способы укрепления мышц, например танцы. В журнале «Cosmopolitan» описаны два вида танца, с помощью которых можно держать себя в форме – танец живота и так называемый Body ballet. Танцы в настоящее время являются модным направлением, поэтому рекомендуются читателям журнала.

Рубрика «Твое здоровье» ориентирует читателей на то, чтобы следить за своим здоровьем, вести правильный образ жизни, без которого невозможно быть счастливым и успешным.

Исходя из анализа рубрик журнала, мы можем говорить о том, что в нем складывается особая картина мира – «мир Cosmopolitan». Это антропоцентричный мир, то есть в центре человек. В данном случае в центре мира находится «девушка Cosmo».

Структуру мира составляют такие элементы, как семья, карьера, отдых, секс, имидж, взаимоотношения с людьми, здоровье. Эти элементы связаны в большей степени с внешними проявлениями «девушки Cosmo» и определяют ее поведение в семье, обществе, отношениях с мужчиной.

Каждая составляющая картины мира «девушки Cosmo» реализуется в определенном наборе речевых средств:

- shopping: одежда, обувь, аксессуары, стиль, мода;
- семья: любимый, любовь, свадьба, ошибки;
- карьера: профессия, работа, учеба, начальник, подчиненный, резюме, офис, бизнес;
- взаимоотношения в обществе: общение, психология, деньги, досуг, автомобиль;
- отдых: страна, город, острова;
- секс: партнеры, удовольствие, близость;
- здоровье: диета, питание, болезнь, лекарства, нагрузки, йога.

Таким образом, картина мира в журнале «Cosmopolitan» представлена при помощи определенных групп слов, которые обуславливают тематику статей в нем.

Картина мира, которая создается так называемыми женскими журналами, то есть журналами, целевой аудиторией которых являются женщины, очень интересна. Нами предпринята попытка реконструкции картины мира, создаваемой одним из популярных женских журналов «Cosmopolitan».

Список литературы

1. Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) [Текст]/ А.И. Акопов. – Иркутск, 1985. – 96 с.

2. Ворошилов, В.В. Журналистика: учебник [Текст]/ В.В. Ворошилов. – СПб., 1999. – 300 с. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России [Текст]/ Я.Н. Засурский. – М., 2003. – 259 с.

3. Кириллова, Н.Б. Медиа среда российской модернизации [Текст]/ Н.Б. Кириллова – М., 2005. – 400 с.