

## **СТЕРЕОТИПНОСТЬ ЖЕНСКИХ ОБРАЗОВ В ЖАНРЕ ИНТЕРВЬЮ**

**(на примере газеты «Абакан»)**

**Космынина Н.Б**

**научный руководитель канд. филологических наук, доцент кафедры стилистики  
русского языка и журналистики Хрестолюбова Г.А.**

***Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова***

Современное общество переживает перемены во многих сферах жизнедеятельности, обусловленные сменой политического, экономического и социального строя, масштабную трансформацию традиционных ценностных систем и этических идеалов.

Наполняются совершенно новым содержанием представления о женственности и женщине, ее роли и положении в современном обществе. В связи с этим приобретает особую актуальность проблема репрезентации женщины в средствах массовой информации. Необходимо подчеркнуть, что гармоничная жизнедеятельность каждого человека, формирующая в своей совокупности гармоничное общество, осуществляется и основывается именно на духовно-нравственных ценностях, идеалах, традиционных элементах, культурных универсалиях и социальных установках, а также гармоничном образе жизни, который способствует созиданию в социуме здоровых взаимоотношений. В связи с этим исследование образа женщины в современных условиях, а также социально-философское осмысление деятельности средств массовой информации в духовно-нравственном контексте приобретают особую актуальность.

Цель нашего исследования - изучение специфики стереотипности женских образов именно в жанре интервью в печатных СМИ Республики Хакасия, в газете «Абакан» за 2012 год.

Мы целенаправленно акцентируем внимание на жанре интервью, поскольку именно этот жанр, по мнению С.Н.Ильченко, является самым объемным и исчерпывающим жанром, т.к. журналист получает информацию от респондента с помощью вопросов, т.е. диалога, что является самым естественным средством общения. [Ильченко,12:10].

Под стереотипностью в широком смысле этого слова мы, вслед за Д.В.Ольшанским, понимаем традиционный канон мысли, восприятия и поведения, шаблонную манеру поведения. [Ольшанский, 2001:89].

Следует отметить, что изучение стереотипности представления женских образов в современных печатных СМИ составляет предмет многих исследований, например, Соколова Елена Александровна в работе «Образ женщины в современной газете провинциального города», описывая стереотипность женских образов в современных печатных СМИ, она предлагает несколько моделей 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, основывающиеся на представлении о том, что женщина должна быть успешной во всех сферах: и в семейной, и в общественной; [Соколова, 2010: 86]

Анализ публикаций в газете «Абакан» за 2012 год показал, что публикации, связанные с женской тематикой, в газете появляются достаточно редко и нерегулярно – в течение 2012 года в газете «Абакан» было опубликовано всего 9 интервью с

женщиной в качестве главной героини. Материалы жанра интервью, были опубликованы под разными рубриками «Человек и его дело», «Люди и судьбы», «Наши интервью», «Вокруг спорта», «Interzona», «Свой бизнес». Стоит заметить, что за год в каждой из рубрик было по одному интервью, а в рубрике «Свой бизнес» три.

Обратимся непосредственно к анализу интервью в газете «Абакан», опираясь на типологию несколько моделей женских образов, предложенную Соколовой Е.А.

1) модель, основывающаяся на представлении о личном, социальном, карьерном успехе как главной сфере жизни женщины и ее жизненной ценности.

В данную группу мы отнесли тех героинь интервью, у которых на первом месте стоит успех, карьера, одним словом работа. Это героиня статьи «Бизнес как искусство» (№35, 29 августа – 4 сентября 2012г.)

Известная девушка Ди-джей, героиня статьи «За клубной музыкой – огромное будущее!» которая не стремилась создавать семью, а путешествует по всей стране и за ее пределами, со своей программой. (№13, 28 марта-3 апреля 2012г.)

Спортсменка – педагог, из статьи «Туризм не только романтика, но и спорт», которая положила всю свою жизнь на то, что бы дети могли развиваться и добиваться в этом виде спорта высот. (№29, 18-24 июля 2012 г.)

Женщины-руководители, их аж три в статье «Успех со вкусом шоколада». Всей семьей героини работают на благо своего бизнеса. (№16, 18-24 апреля 2012г.)

И даже политический лидер из материала под названием «Насыщенный год Совета депутатов» на первое место ставит свою работу.(№52, 26 декабря – 1 января 2013 г.)

Анализируя интервью женщины которая по профессии является судьей, из статьи «Профессия – судья», так же ее речь характеризуется максимальным участием героини в общественной жизни и социальных связях, что говорит о ее принадлежности к верху общественных отношений ( №22, 30 мая-5 июня 2012г.).

2) модель, которую можно назвать компромиссом в изображении женщины, основывающиеся на представлении о том, что женщина должна быть успешной во всех сферах: и в семейной, и в общественной.

В группу под номером два, мы определили женщин, которые, не смотря на большую заинтересованность своей работой, все - таки находят время и для семьи, и в их словах это прослеживается.

Так, например героиня статья «Неделя переполоха!» (№14, 4-10 апреля 2012г.), четко разделяет работу и семью.

Учительница из статьи «Композитор – профессия штучная!», тоже рассказывая о своей работе, не забывает упомянуть и о семье, хотя статья посвящена непосредственно профессии педагога. (№7 13-19 февраля 2013 г.);

Политический лидер не смотря на свою занятость общественной жизнью, не забывает рассказать о своих детях. (№52, 26 декабря – 1 января 2013 г. «Насыщенный год Совета депутатов»).

3) модель, основывающаяся на представлении о семье как главной сфере жизни женщины и ее жизненной ценности.

Женщина – мать, тяжело было проследить во всех интервью тему семьи, но все же средняя степень, характеризующая ответственным отношением героини к выполняемым функциям социального статуса «мать», «домохозяйка», «хранительница домашнего очага» подходит героиня статьи «Женское счастье Белой Волчицы» (№10, 6-12 марта 2013 г.)

Таким образом, наше исследование показало, что в газете «Абакан» приоритетным направлением создания положительного женского образа является экономическая сфера, сфера заработка и карьеры. Не случайно в интервью за 2012 год доминирует образ женщины-предпринимателя, хозяйки своего дела. А образ женщины-матери,

представлен лишь в одном материале (№ 10, 6-12 марта 2013 г. «Женское счастье Белой Волчицы»), и то фрагментарно.

Библиографический список

1. Грошев, И. В. Образ женщины в рекламе [Текст] / И. В. Грошев // Женщина. Тендер. Культура. М., 1999. С. 331 – 343.
2. Ильченко С. Н. Интервью в журналистском творчестве/ С. Н. Ильченко. – Санкт-Петербург, 2003. С.23-24.
3. Соколова Е.А. Образ женщины в современной газете провинциального города [Текст] / Е.А. Соколова // Журналистский ежегодник. – 2010. – №5. – С. 86-88.