

Секция «Журналистика»

Анализ сексуального нарратива в женских журналах (на примере журнала «Cosmopolitan Россия »)

Вавилина Дарья Ивановна

Студент

Томский государственный университет, Факультет философии, Томск, Россия

E-mail: daryavavilina@gmail.com

Из всех печатных средств массовой информации журналы выделяются направленностью на относительно узкие целевые аудитории. Это позволяет журнальной периодике через создание «идеального образа» читателя влиять на утверждение культурных ценностей последнего.

Если говорить о специфике именно женского журнала, стоит обратить внимание на следующие особенности.

Повествование в женском журнале всегда ориентировано на эмоциональное описание событий, опирается на рассказ об индивидуальном опыте, с которым женщина легко может себя идентифицировать.

Большое влияние на повествование в женском журнале оказывает его рекламная составляющая, тексты помогают продавать тот идеальный образ, который связан с потреблением продвигаемых товаров.

Женский журнал, по замечанию Кармен Розы Калдас-Коулфард, «стремится стать «добрым другом» и советчиком для своей читательницы» (Caldas-Coulthard 2003, с.251), немалую роль в достижении этой цели играет журнальное «многоголосье»: он дает советы с точки зрения разных рассказчиков, от врача-эксперта, до «такого же, как я и ты».

Присутствие в качестве повествователя обычного человека, который делится личным опытом, имеет большое значение для создания группы лояльных читателей. На примере журнала «Cosmopolitan» можно увидеть, что значительную долю материалов составляют «Я – нарративы», рассказы от первого лица читателей или участников экспериментов журнала.

Женские журналы демонстрируют различные дискурсы женственности – наряду с материнством, красотой, ведением домашнего хозяйства, они актуализируют проблемы феминизма, либерализма и преступления социальных границ. Именно гляцевые издания, такие как «Cosmopolitan», «Marie Claire», «ELLE» и др. представляются проводниками феминистских и либералистских принципов. Дискурс сексуального повествования в этих изданиях, соответственно, с точки зрения «сексуальной революции», должен занимать важное место.

Для изучения сексуального нарратива в женских гляцевых изданиях применялся метод критического дискурс-анализа. Подобное исследование уже проводилось на материале журнала «Marie Claire» в 90-х годах [1]. По итогам исследования заключено, что женские журналы являются, несмотря на приписываемую им феминистскую и либеральную направленность, проводниками традиционных ценностей. Переход же границ традиционной морали влечет за собой осуждение общественности.

Для анализа сексуального повествования от первого лица были отобраны два материала: «Иллюзия греха» (Cosmopolitan Россия - Декабрь 2009) и «Путаный вопрос?»

(Cosmopolitan Россия - Июнь 2008).

Материал «Иллюзия греха» посвящен теме имитации оргазма женщинами. Как видно, заголовок не несет в себе важной информации, основан на игре слов и выполняет функцию привлечения внимания, что роднит его с рекламой.

Интересен общий принцип построения текста статьи. Начало представляет собой краткое вступление от автора статьи. Далее текст выстраивается следующим образом: повествование женщины от первого лица, где описывается возникновение проблемы и реальное положение дел в момент рассказа. Далее, комментарий ситуации дает врач-сексолог. В конце приводятся размышления мужчин на тему имитации оргазма. В текст так же включены статистические данные, связанные с тематикой статьи. Важно, что женщина, описывающая свой опыт, никак его не оценивает, выводы за неё делает сторонний эксперт. И это не единичный случай такой организации повествования о личном сексуальном опыте в Cosmo. В некоторых случаях, женщины дают оценку своему опыту (например, в материале «Мой первый мужчина», Cosmopolitan Россия - Ноябрь 2010), но итог всегда подводит врач, сторонний специалист.

Это указывает на смещение фокуса рассмотрения самой сексуальной жизни женщины, точка зрения перемещается из области морали в область здоровья. Женские сексуальные практики рассматриваются уже не как проблема общественной морали и приписываемых женщине норм приличия, а как вопрос женского психического и физического здоровья.

Казалось бы, это коррелирует с идеологией «сексуальной революции», признанием естественности женской сексуальности и её раскрепощением. Тем не менее, женские гляцевые журналы являются проводниками и другой идеологии. Они учат женщину, как быть желанной для мужчины и сфера интима не стала в этом исключением. Помимо того, что большинство заголовков и лидов содержат подобный посыл («Первое утро вдвоем: как сделать так, чтобы мужчине оно точно понравилось», «Узнай, хочет ли он тебя?», «Что его заводит?»), в сам текст повествования включается «мужской голос». В частности, в материале «Иллюзия греха», заключительная часть – это оценочные суждения мужчин об имитации оргазма женщинами. Мнение мужчины является главным критерием удачи/неудачи сексуальных экспериментов («Сюрпризы в сексе» Cosmopolitan Россия - Март 2011).

Материал «Путаный вопрос?» это мужское повествование от первого лица, рассказ, почему они обращаются к услугам проституток. Повествование в этом случае включает всё: и рассказ о самой проблеме и её оценку. Нужно сказать, что из трех историй, представленных в статье, только один герой выказывает сожаление о факте обращения к услугам проститутки, негативные эмоции.

Другие же оценивают свои связи, опять же, не с точки зрения морали, а с точки зрения рядового удовольствия: «для меня секс – такое же удовольствие, как, например, поход в ресторан» (Саша, 27, журналист); и практичности: «Почему проститутки? Экономия денег, времени, нервов. Примерно знаешь, что получишь» (Виталий, 38, предприниматель)

Таким образом, по результатам анализа текстов женского гляцевого журнала «Cosmopolitan Россия» становится очевидно, что, несмотря на то, что с темы женской сексуальности формально снято табу, приписывание таким изданиям феминистских признаков не является полностью верным. Женщина всё ещё остается в положении зависимости от

правил, диктуемых необходимостью нравиться мужчинам. Женщина находится под давлением мужского одобрения, с одной стороны, и предписаний глянцевого журналов, которые претендуют на статус «girls' best friends» и навязывают читательницам свои представления о женственности в целом, с другой.

Литература

1. Caldas-Coulthard, C.R. (1996) 'Women who pay for sex. And enjoy it' Transgression versus morality in women's magazines', in 'Texts and Practices. Readings in Critical Discourse Analysis', Taylor & Francis e-Library, pp. 257-269.