

Секция «Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

Анализ женского образа и феминистских движений 1960-1980 гг. в СМИ в США.

Ситко Полина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: polinasitko@yandex.ru

Сегодня заметен рост общественного интереса к движениям, направленным на расширение и укрепление политических, экономических, социальных и личных прав для женщин, а также увеличение количества социальных акций против сексизма, проводимых в идеологических рамках феминизма. Стоит вспомнить, что феминистки первой волны, так называемые суфражистки, старались добиться свободы в политической сфере, а представительницы женского движения 1960-е - 1980-е годов расширили спектр своих интересов. В период второй волны феминизма женщины говорили о своей сексуальности, о семье и «второй смене», а также о своих трудовых и репродуктивных правах. Всё чаще появляются новости, затрагивающие те же темы, о которых когда-то говорили и феминистки 1960-х - 1980-х гг. Например, в ноябре 2022 года стало известно о проведении женскими организациями в Польше протеста против правящей партии «Право и справедливость». Негативная реакция общественности была вызвана высказыванием политика, что в низкой рождаемости виновата женщина. Феминистские движения считают, что это стало последствием почти полного запрета на аборт.

Учитывая актуальную новостную повестку и тренды XXI века, специалисты в области PR и рекламы для повышения узнаваемости брендов и укрепления лояльности аудитории создают рекламные кампании, которые транслируют и поддерживают феминистские идеи, а также заключают контракты с известными людьми, поднимающими тему феминизма в средствах массовой коммуникации. Например, Мэрил Стрип не раз подтверждала, что она относится к представительницам феминистского движения, поэтому часто выбирает роли сильных героинь. Актриса сыграла Маргарет Тэтчер в кинокартине «Железная леди», а после исполнила в драме «Суфражистка» роль Эммелин Панкхерст. Первой волной феминизма действительно принято считать суфражизм, который формируется в конце XIX века в Великобритании и США. Стоит отметить, что понятия «суфражизм» и «феминизм» из-за схожих целей и акценте на женском вопросе считаются в некоторой степени синонимичными[4]. Однако если для термина «суфражизм» можно определить временные рамки в период с конца XIX века по начало XX века, то по вопросу возникновения термина «феминизм» есть несколько версий. Понятие «феминизм» мог сконструировать Шарль Фурье в конце XVIII века или Александр Дюма в XIX веке. По другим версиям англичанка Элис Росси впервые употребила это слово в своей статье 27 апреля 1895 года, или данное понятие было создано во Франции в 1882 году, когда Губертине Оклер для подписи своих работы стала использовать термин «феминистка».

В 60-80-е гг. XX века понятие «феминизм» уже укрепилось в массовом сознании, поэтому активисток женского движения того период называли представительницами второй волны феминизма. В это время была основана теоретическая база движения, которая позволила феминизму привлечь к себе внимание в XXI веке. Две ключевые фигуры второй волны - это французская писательница Симоны де Бовуар, которая в 1949 году опубликовала

книгу «Второй пол»[1], и американская писательница Бетти Фридан, ставшая в 1963 году автором книги «Загадка женственности»[3]. «Загадка женственности» логически дополняет работу «Второй пол» и более подробно раскрывает идею о том, как формируется личность женщины. Одной из главных тем работы Бетти Фридан можно назвать взаимодействие представительниц феминизма со СМИ и влияние СМИ на женщин 50-60-х годов в США. В то время начали появляться группы активисток, которые занимались просвещением женщин, призывая их перейти к активному сопротивлению и не поддаваться общественным стереотипам.

Однако реклама и СМИ продолжали поддерживать образ «маленькой женщины»: типичная героиня рекламных кампаний данного периода была завидной невестой, идеальной женой и заботливой матерью, а также была готова в любой момент пожертвовать своими амбициями ради семьи[2]. С другой стороны в маркетинговых стратегиях женщину стали сексуализировать, чтобы увеличить процент лояльной аудитории (особенно часто это можно встретить в журнале «Playboy»).

Несмотря на образ типичной домохозяйки, созданный СМИ, женщины 60-х уже вышли за эти рамки и стали обладать высоким уровнем осознанности не только в политическом плане, но и в социальном. Они начали проводить протестные акции, направленные на борьбу с дискриминацией по половому признаку.

Эпоха феминизма второй волны в Америке закончилась в начале 1980-х годов из-за споров внутри движения по поводу сексуальности. Данная тема стала одной из основных во время третьей волны феминизма, которая началась в 1990-х гг.

Источники и литература

- 1) Бовуар С. де. Второй пол. М-СПб., 1997.
- 2) Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты / Пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой. - СПб.: Питер, 2002.
- 3) Фридан Б. Загадка женственности. - М., 1994.
- 4) Крыкова И. В. Феминизм: происхождение понятия и его трактования в современной науке // CYBERLENINKA URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/feminizm-proishozhdenie-ponyatiya-i-ego-traktovaniya-v-sovremennoy-nauke> (дата обращения: 15.02.2023).