

Смеюха В. В.

Южный федеральный университет

**ОТРАЖЕНИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИУМА НА
СТРАНИЦАХ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖЕНСКОЙ ПРЕССЫ
XIX – НАЧАЛА XX ВВ.**

Аннотация. Автор рассматривает функциональные, тематические, типологические характеристики отечественных женских журналов, издававшихся в стране до 1918 г. (включительно) и делает заключение об их ориентированности на читательские интересы и потребности, что выражалось в поддержке актуальных общественных, социальных, политических вопросов, связанных с положением женщины и семьи.

Ключевые слова: женская пресса, Россия, аудитория, социум, отражение интересов женщин

Smeyukha V. V.

**REFLECTION OF THE TRANSFORMATION OF SOCIETY ON
THE PAGES OF THE NATIONAL WOMEN'S PRESS OF THE
XIX–EARLY XX CENTURIES.**

Abstract. The author examines the functional, thematic, typological characteristics of domestic women's magazines published in the country before 1918 (inclusive) and concludes that they are focused on readers' interests and needs, which was expressed in support of topical social, social, political issues related to the status of women and family.

Keywords: women's press, Russia, audience, society, reflection of women's interests

Система СМИ не является статичной, она отражает политические и социально-экономические преобразования общества, что может выражаться в появлении новых типов периодики, развитии новых проблемно-тематических аспектов, превалировании актуальных функций журналистики (см., например, М. В. Шкондин [2], Ю. А. Головин, О. Е. Коханая [1] и др.). Отечественная женская пресса в своем развитии активно использовала традиции зарубежной прессы (публикация модных разделов, прозы и поэзии развлекательного характера для женского чтения). Однако по мере развития образования, усиления роли СМИ женские издания стали выполнять не только развлекательные и информационные функции, но и просветительские. Сначала на страницах женских журналов стали освещать дискуссии о развитии обучения, публиковались информационные обзоры о распространении женского образования, затем стали выходить статьи, посвященные различным разделам науки. Так, в 1850 г. стал выходить журнал «Лучи», его издавала детская писательница и учительница А. О. Ишимова, в нем, помимо литературных произведений и публикаций нравственно-воспитательного характера, размещались научные статьи, рецензии на новые книги. А в 1859 г. открылся «журнал наук, искусств и литературы для девиц» «Рассвет», педагогическая направленность издания (литературные разделы, разделы, посвященные женской истории, «Краткое изложение русской истории», «Уроки географии», «Беседы о природе и преимущественно о человеке», «Письма о предметах физики, физической географии и астрономии», «Арифметика для девиц» и др.) способствовала тому, что его стали использовать в образовательных учреждениях. В 1866 г. начал работу литературно-общественный журнал «Женский вестник», активно выступавший за женскую эмансипацию. Последующие женские издания активно пропагандировали феминистские идеи, которые стали активно распространяться в российском обществе со второй половины XIX в. С начала XX в. в стране действовали самостоятельные

феминистские журналы «Женский вестник» (с 1904 г.) и «Союз женщин» (с 1907 г.).

Начало XX в. знаменует собой распространение массового образования, что способствовало увеличению численности читательской аудитории и, как следствие, появлению массовой прессы. Становится популярным женский литературно-общественный журнал («Женщина», «Дамский мир», «Женское дело», «Журнал для хозяек» и др.). Примечательно, что структура массового женского журнала отражала широкие интересы читательской аудитории: мода, дом, быт, рукоделие, воспитание детей, женский труд, общественная жизнь и т. д. Таким образом, журналисты акцентировали внимание на крупных социально-экономических и политических событиях, затрагивавших положение женщины в обществе. Так, авторы изданий следили за развитием женского образования, становлением женского труда и вовлечением женщин в профессиональные отрасли, разрабатывалась тема правового положения женщин и т. д. Конечно, вступление России в Первую мировую войну стало одной из центральных тем женской прессы.

К революционным событиям 1917 г. женские журналы отнеслись по-разному: так, «Журнал для хозяек», «Женское дело», «Журнал для женщин» поддержали их и интерпретировали как начало новой жизни. Женская пресса ориентировалась не только на освещение происходивших событий (смена власти, борьба политических группировок, ухудшение криминальной ситуации, нарушение деятельности организаций, фабрик и заводов, экономический кризис, дефицит продуктов, рост цен и т. д.), но и их анализ. Анализировать складывавшуюся ситуацию авторам становилось все сложнее, например, автор «Журнала для хозяек» Д'Альг в материале «Так было, так будет» писал: «Немало людей сейчас, читая известия о происходящих событиях, хватаются за голову с беспомощным восклицанием... С ожесточением ищут ответ на этот вопрос в газетах и кончают свои искания не менее беспомощным

восклицием: “Ничего не поймешь! Все по-разному пишут!.. Не знаешь, чему верить!”» (1918. № 1, с. 2–4). Издания по-прежнему видели свою задачу в формировании патриотических настроений аудитории, ее поддержке и оказании ей посильной помощи. Политические публикации заняли первые страницы журналов, анализировалось новое законодательство и выявлялись его недоработки, которые могли привести к нарушениям интересов женского населения.

В условиях экономического кризиса журналы старались оказать информационную помощь читательницам: «Журнал для хозяек» организовал публикацию писем читателей, в которых они делились личным опытом решения продовольственных проблем; издания стали практиковать размещение кулинарных рецептов из доступных продуктов; «Вестник моды» организовал выпуск кулинарных книг: «100 блюд из яиц», «100 блюд из картофеля», «100 кушаний из остатков» и др. Дефицит промышленных товаров вел к тому, что население стало хуже одеваться, а журналы начали публиковать советы по починке одежды и обуви. Разделы мод, которые были одними из популярных в женской периодике, отказывались от размещения зарубежных модных обзоров: «Нынешние платья отличаются простыми фасонами и скромными отделками. С каждым днем жизнь становится трудней и трудней, приходится отказывать себе в самом необходимом и соблюдать строжайшую экономию» (Вестник моды. 1918. № 1, с. 16). Однако, несмотря на экономический кризис, повышение цен на бумагу, услуги типографии, транспортные расходы, редакции журналов не теряли надежды на нормализацию экономического положения в стране и были ориентированы на дальнейшую работу.

Таким образом, можем заключить, что отечественная женская пресса, выходявшая до 1918 г. (включительно), являлась частной и выступала за поддержание интересов читательской аудитории: публиковались материалы, отражавшие изменение социально-экономической и политической ситуации, советы, рекомендации.

Литература

1. Головин, Ю. А. «Желтая пресса» как элемент массовой культуры / Ю. А. Головин, О. Е. Коханая // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. — Ростов-на-Дону: РГУПС, 2016. — С. 28–37.
2. Шкондин, М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога / М. В. Шкондин. — Москва: «Пульс», 2002.

УДК 070.1:004.032.6+811.1–112+81'42:004.77+316.74:81

Соломина В. Г.

Уральский федеральный университет

ЦИФРОВЫЕ МЕДИАНАРРАТИВЫ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО МЕДИАДИСКУРСА: ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Аннотация. В условиях глобализации и деглобализации изучение межкультурных нарративов становится все более важным для понимания, какие нарративы формируются в разных культурах, как они воспринимаются и интерпретируются людьми и какие последствия они могут иметь для межкультурного взаимодействия. СМИ также должны учитывать различия в культуре и контексте, чтобы избежать создания стереотипов и уважать множественность культурных перспектив, что в условиях последних лет становится крайне сложным. Актуальность исследования межкультурных нарративов обоснована, во-первых, растущим глобализационным и деглобализационным взаимодействием между странами, народами и культурами, что приводит к увеличению межкультурных контактов и конфликтов и требует более