

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ В ПЛАКАТАХ СССР 1970–1980-Х ГГ.

Актуальность данного исследования обоснована рядом причин: увеличение трудовой активности женщины уменьшало ее вовлеченность в семейные обязанности, вследствие чего происходит переосмысление традиционной женской роли и ее совмещения с трудовой деятельностью; женщина начинает иметь больше самостоятельности в распоряжении своей семейной и личной жизнью, не боясь осуждения общества.

Целью исследования является изучение содержания советских плакатов 1970–1980-х гг. с изображением женщин. Для сбора первичных данных был использован метод контент-анализа документов. Генеральной совокупностью исследования являются советские плакаты 1970–1980-х гг. с изображением женщин, и была использована целевая выборочная совокупность, составленная на основе 5 энциклопедий советских плакатов [1–3].

В ходе проведения контент-анализа были получены следующие результаты:

Социальный и агитационный плакат СССР 1980–1970-х гг. являются ведущими жанрами плакатного искусства, в которых преобладает количество изображений с женщинами. Каждый третий плакат является социальным, а каждый четвертый — агитационным.

Основной сферой общественной жизни, в которой изображали и с которой связывали женщин на плакатах 1970–1980-х гг., является экономическая. Почти каждый из плакатов несет экономический и/или социальный подтекст. Каждый второй плакат отражает условия труда в производственной деятельности.

Основным социальным статусом женщин, изображенных на плакатах, является профессиональный. Около половины женщин изображены как работницы предприятий и 25 % — как работницы сельского хозяйства. Каждая вторая девушка на плакате изображена комсомолкой. Примерно половина женщин представлена в роли жены, дочери, матери или бабушки.

В большинстве случаев женщины в плакатном искусстве 1970–1980-х гг. изображались в футболке или рубашке (каждая третья женщина), платье (каждая четвертая). Половина девушек представлена с убранными в головной убор волосами.

Две трети женщин иллюстрированы в зрелом возрасте. На плакатах формируется положительный эмоциональный образ женщины, практически на всех плакатах девушки изображены скромными, улыбчивыми, хозяйственными.

Основным стереотипом о женщинах, транслируемым сквозь призму плакатного искусства 1970–1980-х гг., является «женщина-труженица», изображенная на каждом втором плакате.

Можно сделать вывод, что идеалу советской женщины, транслируемому в плакатном искусстве 1970–1980-х гг., присущи следующие критерии: женщина средних лет, активно участвующая в промышленном или сельскохозяйственном производстве, «женщина-труженица». Несмотря на активное участие в общественной жизни и труде, женщины на плакатах всегда оставались красивыми и женственными. Их образы отражали стандарты женской красоты того времени.

Источники

1. *Бабурина, Н. И.* Советский зрелищный плакат 1917–1987 гг. / Н. И. Бабурина. — М. : Совет. художник, 1990.
2. *Снопков, А. Е.* Женщины в русском плакате / А. Е. Снопков, П. А. Снопков, А. Ф. Шклярчук. — М. : Контакт-Культура, 2001. — 144 с.
3. *Снопков, А. Е.* Русский плакат. XX век. Шедевры / А. Е. Снопков, П. А. Снопков, А. Ф. Шклярчук. — М. : Контакт-Культура, 2000. — 176 с.

А. А. Романович

*Научный руководитель — магистр психологических наук Т. Л. Рыжковская
БГЭУ (Минск)*

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ УРОВНЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И СКЛОННОСТИ К ЛИДЕРСТВУ

В настоящее время явление эмоционального интеллекта (далее — ЭИ) все чаще подвергается тщательному изучению и попыткам анализа его компонентов.

Необходимость его исследования обосновывается значительным влиянием уровня эмоционального интеллекта на успешность профессиональной деятельности в тех сферах, где происходят постоянные и непосредственные контакты между людьми [1]. В частности, если говорить об успешности в сфере взаимодействия, то непременно стоит коснуться проблемы взаимосвязи эмоционального интеллекта и лидерских способностей, которые часто очень сильно влияют на характер отношений между субъектами взаимодействия.

Цель исследования — изучить особенности взаимосвязи эмоционального интеллекта и склонности к лидерству в студенческой среде.

Исследование проводилось на базе Белорусского государственного экономического университета. В нем приняли участие студенты 2- и 3-го курсов ИСГО. В качестве диагностического инструментария были использованы методики: «Уровень эмоционального интеллекта» (С. А. Беляев, А. И. Янович, М. И. Мазуров) [2]; «Диагностика лидерских способностей» (Е. Жариков, Е. Крушельницкий).