

І. М. Дяченко,
канд. наук із соц. комунік.
УДК 070.489 (477)

Вплив сучасного публіцистичного дискурсу гендерно маркованих журналів на розвиток дитячих часописів

У статті охарактеризовано публіцистичний дискурс дитячих видань кінця ХХ – початку ХХІ ст. та окреслено рівні перетину публіцистичного дискурсу чоловічих і жіночих журналів з дитячою журнальною періодикою, визначено вплив гендерних стереотипів на розвиток дитячих журналів в Україні.

Ключові слова: гендер, гендерний маркер, гендерний стереотип, дитяче видання, журнал, публіцистичний дискурс.

Поняття «гендер» в українській науковий дискурс увійшло з другої половини 90-х рр. ХХ ст., що було зумовлено наміром дистанціювати його від вивчення статево-рольових відмінностей, жіночих та феміністських досліджень. Наразі вивчення гендерних відносин стає одним з елементів осмислення соціальних перетворень.

Актуальність порушеної в статті проблеми обумовлюється посиленням впливу публіцистичного дискурсу гендерно маркованої преси на розвиток друкованих видань для дітей. Теоретична значущість і недостатня розробленість цієї проблеми визначили тему статті, мета якої – окреслення рівнів перетину публіцистичного дискурсу чоловічих і жіночих журналів з дитячою журнальною періодикою в Україні.

Значний внесок у дослідження взаємозв'язку гендерної проблематики та ЗМК пострадянського простору зробили Н. Ажгіхіна, Б. Бенвелл, В. Боннер-Сміюха, Е. Боренстейн, О. Здравомислова, О. Пльонкіна, О. Пода, Р. Семків, Н. Сидоренко, М. Скорик, В. Слінчук, О. Сушкова, М. Тарнавська, І. Тартаковська, Р. Ямпольська та ін.

На сьогодні ринок преси України налічує не один десяток різновікових і різнопланових дитячих видань (за «Каталогом передплати на 2010 р.» [1] випускається 87 журналів для дітей), що призвело до розширення їхніх типологічних особливостей та сприймання як суто бізнесового проекту, що порушує педагогічні та психологічні вимоги до дитячого часопису.

Журналістський дитячий дискурс неодноразово ставав об'єктом досліджень як в теоретичному, так і в практичному аспектах. А зміни, що простежуються на сьогодні, диктують розвиток досліджень, які відбуватимуться на перетині «студій соціальних комунікацій і гендерних у контексті вивчення гендерної концептосфери українського дитячого журналу» [2, с. 164].

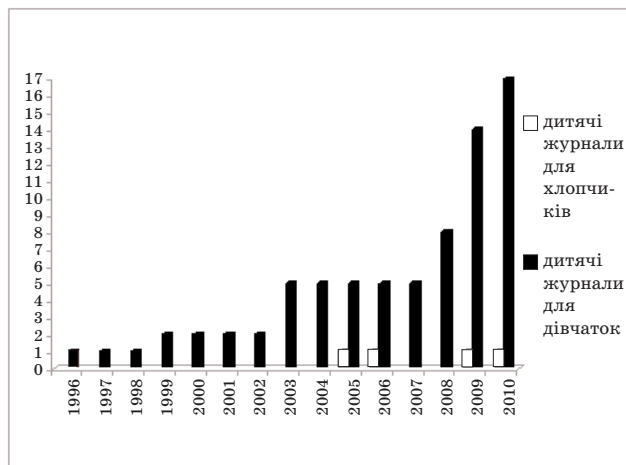
Журнали для дітей – це окрема підмножина, всередині якої з'являються часописи, що мають встановлений видавцем гендерний маркер. Вплив на дитину друкованих ЗМІ як потужних агентів соціалізації традиційно є гендерно диференційованим. Так, хлопчиків, як правило, заохочують до самовираження, ініціативи, активності та самостійності. Дівчаток із дитинства закликають до слухняності, старанності, охайного зовнішнього вигляду. Відповідно на основі вибудованих стереотипів видавці дитячої друкованої продукції намагаються поділити її на гендерні сектори: для хлопчиків і для дівчаток, про що й свідчить перелік відповідних часописів у «Каталозі видань України».

Починаючи з 2003 р., на українському медіаринку простежується тенденція до акцентування засновниками журналів на статі як одному з типоформувальних ознак дитячої періодики, що імпліцитно змушує говорити про гендерне спрямування часописів. У процесі дослідження гендерно маркованих журналів, які функціонують в Україні впродовж аналізованого періоду, для окреслення гендерної картини мас-медіа нами було обрано дитячі видання (див. Рис. 1), що чітко визначають належність до того чи того гендерного сектора на рівні «читацького призначення», встановленого видавцем.

У процесі дослідження до сектора дитячих журналів із гендерним маркером не ввійшли часописи, які в анотації містять акцентування на статі, зроблені засновником, але однаково розраховані й на читачів-хлопчиків, і на читачів-дівчаток, на підлітків та тінейджерів: «Лучик» (ілюстрований журнал для хлопчиків і дівчаток), «Лучик-промінець» (ілюстрований журнал для хлопчиків і дівчаток), «Джерело» (для юнаків і дівчат та всіх, хто любить Бога).



Рисунок 1.
Динаміка функціонування дитячих журналів із гендерним маркером



За каталогами видань України з 1996 до 2003 р. зафіксовано вихід трьох видань для дівчат: «Аліса» (1996–1999 рр.) (журнал для дівчаток) «COOL-Girl» (із 1999 р. виник на основі відомого бренда «COOL», який відзначається гендерною симетричністю (журнал для підлітків)) та «YES!».

Журнал «YES!» засвідчує порушення вікових меж аудиторії на рівні видавця, який зазначає, що найбільший відсоток аудиторії – це жінки (підкреслення – *І. Д.*) віком 16–19 років – 34 %. Як один з перших європейських молодіжних часописів, що розповсюджується в пострадянських країнах, журнал за тематичним спрямуванням намагається відповідати займаній ніші. Внутрішнє наповнення видання зорієнтоване на розкриття питань про красу (як бути гарною, правильно доглядати за своєю шкірою, новинки косметики й парфумерії, актуальні мейки), про моду (тенденції, поради щодо стилю, новини моди, актуальні аксесуари, handmade, яскраві рішення й різні образи), про стосунки (реальні історії з життя читачок, стосунки з хлопчиками, батьками та однокласниками), про зірок (цікаві факти та захопливі розповіді про зірок, інтерв'ю, зіркові рекомендації), про здоров'я (активний спосіб життя, рецепти здорового харчування, фітнес-рубрика), про техніку (новини електроніки й модні гаджети), про подорожі. Видання є великим за обсягом (до 200 сторінок), відзначається великою кількістю ілюстрацій та рекламних матеріалів (рекламуються товари відомих брендів, які не завжди відповідають віку потенційної читачки («L'Oreal Professionnel», «Maybelline», елітна парфумерія)). З вересня 2004 р. журнал повністю перейшов на міні-формат, що, на нашу думку, відбулося під впливом жіночого часопису. З цього ж року редакція журналу експериментувала з проекційними формами: випуск «подвійного» номера

(одна половина називалась «YES» (для вихованих дівчаток), інша – «NO» (для поганих) – жовтень, 2004 р.), випуск числа, повністю присвяченого хлопчикам (листопад 2004 р.).

Із 2003 р. журнали для дівчаток доповнюються ще двома виданнями – «BARBIE» (цікавий журнал для сучасної дівчинки) та «DISNEY'S Принцеса» (дівочий журнал); до підліткової серії журналів для дівчат додається «OOPS!» (журнал для стильних дівчат). Нівелювання межі між дитячою та дорослою періодикою спостерігається як у науковому дискурсі, так і в самих видавців. Для прикладу візьмемо журнал «OOPS!», за анотацією якого це «журнал для стильних дівчат, для тих, хто тільки відкриває для себе гламурний світ глянцевого жіночого журналу» [3].

Видавець, сприймаючи журнал як бізнесовий проект, намагається охопити більше коло потенційних читачок, при цьому нівелюючи особливості підліткової психології. Тематика повністю копіює жіночий часопис: нові тенденції моди для молодих красунь, компетентні поради експертів із косметики та догляду за собою, а також «спеціальні репортажі з найважливіших проблем, які тільки можуть хвилювати дівчат на порозі дорослого життя» [3]. У кожному номері «OOPS!» – ексклюзивні інтерв'ю з російськими та закордонними зірками, новини музики та кіно, романтичні історії про кохання, рекомендації щодо іміджу від найкращих стилістів та захопливі подорожі, гороскоп. «OOPS!» – журнал для дівчат, яким подобається бути яскравими!

За тематичним наповненням видавці журналів такого типу вдаються до імітації структури та оформлення жіночого часопису. Наприклад, журнал «BRATZ» позиціонує себе як журнал про моду для дівчаток 7–12 років, інформує маленьких читачок про те, що буде модним щомісяця, про стилі моди (англійський, шотландський, середньовічний тощо), про прикраси та коштовності, про влаштування свят у себе в кімнаті та має постійні рубрики «Bratz-стиль», «Bratz-гардероб», «В мире Bratz». «Bratz-тест», «Bratz Отдыхаем!», «Bratz-история моды», «Стильное путешествие» тощо. Ілюстраційні матеріали значно переважають інформаційне наповнення (у більшості випадків це зображення ляльок Bratz).

Гендерне маркування часописів для дівчаток здійснюється:

- на рівні називання часопису та анотації: «Жасмин» (подорож до чарівної країни рукоділля буде цікава всім дівчаткам від 8 років), «Чарівна принцеса» (кожна дівчинка може стати принцесою разом із героїнями діснеєвського журналу «Чарівна принцеса»), «Барбі» (дівчат-



кам подобається грати й читати разом із Барбі), «Маленькая фея» (журнал для дівчаток);

- на рівні анотації: «BRATZ» (розважально-пізнавальний журнал для модних дівчат), «BRATZ модница» (журнал-іграшка для всіх, хто любить ляльок), «WINX Клуб» (клуб чудових дівчат. Природа, музика, мода, магія), «WINX: школа волшебниц» (пригоди у школі фей), «Девчонки-супершпионки» (неймовірні пригоди трьох подруг «Тоталі Спайс»), «BABY BORN: твой журнал» (гра в «доньки-матері»).

Із 2009 р. виходить у світ «Маленький розумник» – перший журнал для хлопчиків, що містить розмальовки, казки, саморобки, математичні задачі. Такий розподіл гендерних ролей на рівні дитячих видань певною мірою свідчить про свідоме насадження сексизму за допомогою ЗМІ. Якщо в «Маленькому розумнику» хлопчики сидять за кермом машинок, то дівчатка – на пасажирських сидіннях, хлопчики майструють, а дівчатка споглядають. Це свідчить про стереотипне сприймання хлопчиків як розумних та винахідливих, а дівчаток – здатних лише фантазувати, чаклувати й мати гарний вигляд.

Так, журнали «Маленька фея» та «Маленький розумник», орієнтуючись на читачів однакового віку (5–9 років), мають чітке гендерне розмежування. Починаються журнали зі звернення винятково до своєї аудиторії «Привіт, моя найкраща подружка!» і «Привіт, мій друже!». На сайті видавництва «Мамине сонечко» (Україна) зазначається, що журнал «Маленька фея» містить вірші, оповідання та цікаві розвивальні завдання спеціально для дівчаток (підкреслення – *І. Д.*); завдання на кмітливість, розвиток пам'яті та уваги підготують до школи; у кожному номері – ескізи іграшок-саморобок. Натомість у «Маленькому розумнику» хлопчики знайдуть для себе вірші, оповідання та цікаві завдання спеціально для хлопчиків (підкреслення – *І. Д.*); ігри з машинами, літаками, потягами, кораблями й іншими речами для хлопчиків; у кожному номері – частина великої дороги для машинок, іграшка-саморобка, аплікація та цікаві рухомі наклейки. Як бачимо, гендерні розрізнення видавець підкреслює прислівником «спеціально». Однак говорити про спеціальність чи специфічність із погляду гендерних особливостей, логічних, математичних задач чи мовних завдань недоцільно. Гендерно орієнтованим виступає ілюстративне оформлення видань (для дівчаток – рожеві, блакитні кольори, для хлопчиків – коричневі, зелені; на картинках бачимо переважно осіб однієї статі (або хлопчики, або дівчатка)).

На нашу думку, чіткий розподіл ролей у ЗМІ для раннього дитячого віку є абсолютно недо-

речним та гендерно дискримінаційним. Тематичне наповнення, використання вкладок, які можуть бути цікавими окремо для дівчаток та хлопчиків, продукують фемінний/маскулінний типи поведінки та сприяють ранньому предметному сприйманню гендерної ідентичності. Відомості про вікову категорію читачів обов'язково повинні зазначатися на титульній сторінці кожного видання. Адже саме від віку дітей залежать вимоги до келю, кількості гарнітур, насиченості видання ілюстраціями, текстового наповнення та тематичного спрямування. Згідно з документом «Державні санітарні правила і норми. Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей» видання для маленьких читачів (залежно від їхньої вікової категорії) поділяються на чотири групи:

- перша група – видання для дітей дошкільного віку (до 6 років);
- друга група – видання для дітей молодшого шкільного віку (6–10 років включно), учнів початкових класів;
- третя група – видання для дітей середнього шкільного віку (11–14 років), учнів V–VIII класів;
- четверта група – видання для дітей старшого шкільного віку, підлітків (15–18 років), учнів IX–XII класів [4].

На 2010 р. із загальної кількості дитячих видань 18 % видаються спеціально для дівчаток і дівчат, і лише 1 % журналів має гендерне маркування «для хлопчиків» (журнал «Маленький розумник»). Із зазначених 18 % на підліткову категорію дівчат розраховані такі видання, як «Мадемуазель», «Юная леди», «GIRL», «COOL-Girl», «OOPS!», «YES!», «ELLE GIRL» (7,5 %), що імітують жіночі журнали. Інші 10,5 % орієнтовані на аудиторію дівчаток дошкільного та молодшого шкільного віку. Як правило, це часописи, концепція яких побудована на образах відомих західних мультиплікаційних героїнь (дівчанок-принцес, ляльки BRATZ, Барбі, дівчата «Тоталі Спайс», чародійки WITCH).

Використання в назві журналу маскулінітив змушує констатувати гендерну асиметрію («Богдан» (журнал для дітей), «Однокласник» (ілюстрований журнал для підлітків), «Юний моделіст-конструктор» (журнал технічного моделювання в школі та вдома), «Юний натураліст» (усе про природу, рослинний і тваринний світ – школярам), «Юний технік України» (журнал для дітей та юнацтва, які захоплюються технічною творчістю), «Я, студент» (духовне виховання молоді, висвітлення проблем студентів). Результати аналізу дитячих журналів за 2010 р. довели, що серед загальної кількості 8 % видань мають гендерно маркова-



ну назву, хоча за читацьким призначенням орієнтовані на дітей обох статей.

Гендерна нейтральність у назві та тематичному наповненні як головна ознака аналізованих часописів спостерігається в християнських журналах («Живий родничок» (формування світогляду дітей на основі християнських цінностей), «Стежинка» (дитячий християнський журнал), «Тропинка» (дитячий християнський журнал), засновниками яких є національні видавці.

Отже, аналіз дитячих друківаних ЗМІ, що функціонували в Україні впродовж 1996–2010 рр., дає підстави говорити про тенденцію до розподілу їх на гендерні сектори. У зв'язку з цим виникла необхідність розгляду колись монолітної дитячої періодики крізь призму гендеру, завдяки якому було виокремлено підмножини гендерно нейтральних дитячих журналів та гендерно маркованих (для дівчаток, для хлопчиків). Посилюється тенденція підвищеної уваги до журнального сектора, призначеного для дівчаток, поряд із яким сектор для хлопчиків представлений поодинокими часописами («Маленький розумник», «REAL BOYS»).

Однак, вдаючись до чіткої гендерної диференціації дитячих журналів (на рівні проблемно-тематичного наповнення й оформлення), видавці не повинні забувати про те, що згідно з законодавством України (Сімейний кодекс України; Закон України «Про охорону дитинства», стаття 1) дитиною вважається «особа віком до 18 років (повноліття), якщо згідно з законом, застосовуваним до неї, вона не набуває прав повнолітньої раніше» [5]. Тому, на нашу думку, гендерна диференціація дитячих журналів з боку видав-

ців, особливо для дітей молодшого та середнього шкільного віку, є недоречною. Формулюючи концепцію журналів для дітей, необхідно уникати нав'язування їм гендерних ролей крізь призму друківаних ЗМІ та створювати продукт з орієнтацією насамперед на вікові, а не на гендерні особливості дитячого дискурсу.

Гендерна диференціація публіцистичного дискурсу дитячої періодики – актуальна передусім для аудиторії підліткового віку, для якої пріоритетними є окремі теми – залежно від статі. У сучасному медіапросторі залишеною поза увагою є читацька аудиторія хлопців-підлітків, для яких не видаються спеціальні часописи, що задовольняли б їхні інформаційні запити, водночас журнали для дівчат-підлітків, імітуючи концепцію жіночих часописів, нівелюють вікові межі зазначеної аудиторії.

1. *Каталог видань України 2010 рік* / Міністерство транспорту та зв'язку України, державне підприємство по розповсюдженню періодичних видань «Преса». – К., 2010. – 173 с.

2. *Пода О.* Гендерні концепти в дитячому журналі (на прикладі «Ангелятка», «Малютка», «Пізнайка») / *О. Пода, О. Скупа* // *Журналістика*. – 2011. – № 10. – С. 163–182.

3. *Журнал «OOPS!»* [Електронний ресурс]. Офіційний сайт видавничого дому «Бурда». – URL : <http://burda.ru/magazine/Oops.aspx>.

4. *Державні санітарні норми і правила «Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей»*: Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 18 січня 2007 року № 13 / Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 30 січня 2007 р. за № 77/13344.

5. *Закон України «Про охорону дитинства»* // Верховна Рада України; Закон від 26.04.2001 № 2402-III.

Подано до редакції 06. 12. 2013 р.

Dyachenko I. M. Influence of modern media discourse of gender-marked log on development of children's publications.

The article described journalistic discourse of children's periodicals of the end of XX – beginning of XXI century and outlines the levels of crossing the media discourse men's and women's magazines with a children's magazine, periodical, the influence of gender stereotypes on the development of children's magazines in Ukraine.

Keywords: gender, gender marker, gender stereotype, baby edition, magazine, journalistic discourse.

Дяченко И. М. Влияние современного публицистического дискурса гендерно маркированных журналов на развитие детских изданий.

В статье охарактеризован публицистический дискурс детских изданий конца XX – начала XXI в. и очерчены уровни пересечения публицистического дискурса мужских и женских журналов с детской журнальной периодикой, определено влияние гендерных стереотипов на развитие детских журналов в Украине.

Ключевые слова: гендер, гендерный маркер, гендерный стереотип, детское издание, журнал, публицистический дискурс.