

УДК 070.489 (477) «19» — «20» (043.5)

Ірина Дяченко



ЖУРНАЛИ СІМЕЙНОГО ТИПУ В СИСТЕМІ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

У статті досліджуються особливості функціонування журналів сімейного типу крізь призму гендерної парадигми друкованих ЗМІ.

Ключові слова: *гендер, гендерно марковані видання, друковані ЗМІ, журнальна періодика, сімейний журнал, сім'я, сімейне виховання, феномен батьківства.*

В статье исследуются особенности функционирования журналов семейного типа сквозь призму гендерной парадигмы печатных СМИ.

Ключевые слова: *гендер, гендерно маркированные издания, печатные СМИ, журнальная периодика, семейный журнал, семья, семейное воспитание, феномен отцовства.*

The article deals with the peculiarities of functioning of magazines family type through the prism of gender paradigm of printed mass media.

Key words: *gender, gender-marked publication, printed mass media, magazines periodicals, family-run magazine, family, family education, the phenomenon of paternity.*

Звернення до визначення місця в системі друкованих ЗМІ видань сімейного типу та питань їх функціонування спричинено тим, що серед журналістикознавців спостерігається розбіжність у віднесенні їх до того чи іншого типу. У переважній більшості випадків аналізовані журнали розглядалися в системі жіночих друкованих ЗМІ, тим самим впливаючи на типологічну парадигму журнальної періодики.

Зарахування видань сімейного типу до категорії жіночих спостерігається в типологіях російських та українських дослідниць (Р. Ямпольської [12], Г. Жукової [3], О. Сушкової [11]). На нашу думку, цей факт призводить до порушення гендерної симетрії між особами різних статей, а тому не може лишитися поза увагою дослідження.

Теоретична значущість і недостатня розробленість цієї проблеми визначили тему статті, а її *метою* стало визначення місця сімейних видань у системі друкованих ЗМІ та особливостей їх функціонування на медіаринку України кінця ХХ — початку ХХІ століття.

Дослідження сукупності журналів «сімейного типу» та відокремлення їх від жіночих дасть змогу простежити розмежування ролей чоловіка й жінки на гендерному рівні.

Проблематика сім'ї в гендерології та фемінології розглядається в розрізі питань, які постають при вивченні жіночого й чоловічого суспільного буття. Формування способу життя сучасної жінки та сучасного чоловіка здійснюється через «формування апріорності того, що повинно сприйматися за потрібне і не викликати сумнівів. І одним із таких уявлень має виступати сім'я» [2, 105].

Такі часто обговорювані теми, як товаризація сексуальності, репродуктивне здоров'я, зв'язок домашньої роботи з економікою, розшарування суспільства мають пряме відношення до проблем сім'ї. Сім'я є спільністю, яка відображає певні стійкі погляди на те, що стереотипно вважається нормою для жінок та чоловіків.

Сім'я як соціальний інститут має власну систему норм, ухвалену суспільством, щодо кожного її члена. Як стверджує Р. Овчарова [9], батьківство є базовим життєвим призначенням, важливим станом і значною соціально-психологічною функцією кожної людини. Однак інтерес вітчизняних психологів до вивчення феномену сім'ї загалом і батьківства зокрема виник лише в останні десятиліття.

Дослідник І. Кон [8] визначає батьківство як систему взаємопов'язаних явищ: батьківські почуття, любов, прихильність до дітей; специфічні соціальні ролі й нормативні приписи культури; зумовлену тим та іншим реальну поведінку, ставлення батьків до дітей, стиль виховання.

На думку Р. Овчарової [9], феномен батьківства має таку структуру: ціннісні орієнтації подружжя, батьківські установки й очікування, батьківське ставлення, батьківські почуття, батьківські позиції, батьківська відповідальність, стиль сімейного виховання.

У вітчизняній психології батьківство розглядається і з гендерних позицій. Так, К. Білогай вивчала гендерні відмінності в структурі батьківських стосунків. Дослідниця виявила відмінності, які простежуються на мотиваційно-споживацькому, поведінковому та функці-

ональному рівнях понять материнства й батьківства. Учена встановила, що жінки значно частіше, ніж чоловіки, вбачають у дитині сенс життя; матері проводять із дитиною значно більше часу, ніж батьки; матері приписуються функції любові й турботи, батькові — захисту та виховання [1].

Самоактуалізація гендерної ідентичності особистості відбувається крізь призму феномена батьківства. Дослідниця Л. Ожигова [10] зазначає, що найважливішим смисловим складником, який задає напрямки самореалізації чоловіків і жінок, є сімейні стосунки та професійна діяльність. При цьому учена стверджує, що, реалізуючи себе на різних соціальних рівнях — родина, професія, відпочинок і творчість, жінка й чоловік ризикують потрапити в стресову і кризову ситуацію, оскільки здійснюваний ними вибір та діяльність можуть не отримати підтримки в оточення не відповідати культурним та соціальним очікуванням.

Про можливість існування протиріч у гендерній ідентичності особистості йдеться в дослідженнях І. Кльоциної [7]. Вона стверджує, що правомірно говорити принаймні про два типи гендерної ідентичності, які властиві російським чоловікам і жінкам: перший тип визначається як кризова ідентичність, другий — як некризова або узгоджена ідентичність. Імовірно, що головним актуалізатором, який породжує кризову гендерну ідентичність, може бути протиріччя між професійною і батьківською ролями. Значний вплив на формування гендерних ролей чоловіка й жінки в подружжі здійснюють ЗМІ, які продукують стереотипні погляди на родину загалом й кожного її члена зокрема.

Теоретично журнали сімейного типу повинні бути гендерно нейтральними, виступаючи абсолютним антиподом до гендерно маркованих видань. Якщо жіночі та чоловічі журнали спроектовані на розрізнення й чітке відмежування гендерів, то журнали для сімейного прочитання повинні бути спрямовані на їхню унітарність і мати, на нашу думку, коєдукаційний характер (означення «коєдукаційний» вживається нами у значенні «мішаний, розрахований для обох статей», який функціонує в педагогіці), однак їх аналіз свідчить про протилежне.

Намагання видавця забезпечити високий рівень продажу видань сімейного типу зводяться до того, що редакції на рівні номінації маскують їх під жіночі журнали, які є розкрученішим медіапродуктом.

Маскування під жіночі видання відбувається на рівні назв із використання фемінітивів («Лиза. Мой ребенок»¹, «Между нами мамочками», «Роксолана», «Мама и я», «Супермама») та ілюстраційного оформлення (у більшості випадків на обкладинці та всередині — фото мами з дитиною).

Для аналізу нами взято журнали за період з 1996 до 2010 року, що в «Каталогах видань України» маркуються як «сімейні», «для подружжя», «для батьків» тощо. Проте під час дослідження усієї сукупності часописів, які пропонуються, простежується тенденція до неправильного віднесення часописів до цієї групи (наприклад, журнал «Родина» розкриває проблеми імміграції українців, але за назвою його віднесено до «сімейного типу»).

За період з 1996 до 2010 р. характерною стає диференціація видань сімейного типу за критеріями видавця, аудиторними особливостями (наявний світоглядний маркер) та тематичним спрямуванням.

Аналіз сімейних журналів за досліджуваний період засвідчив тенденцію до її кількісного зростання (рис. 1).

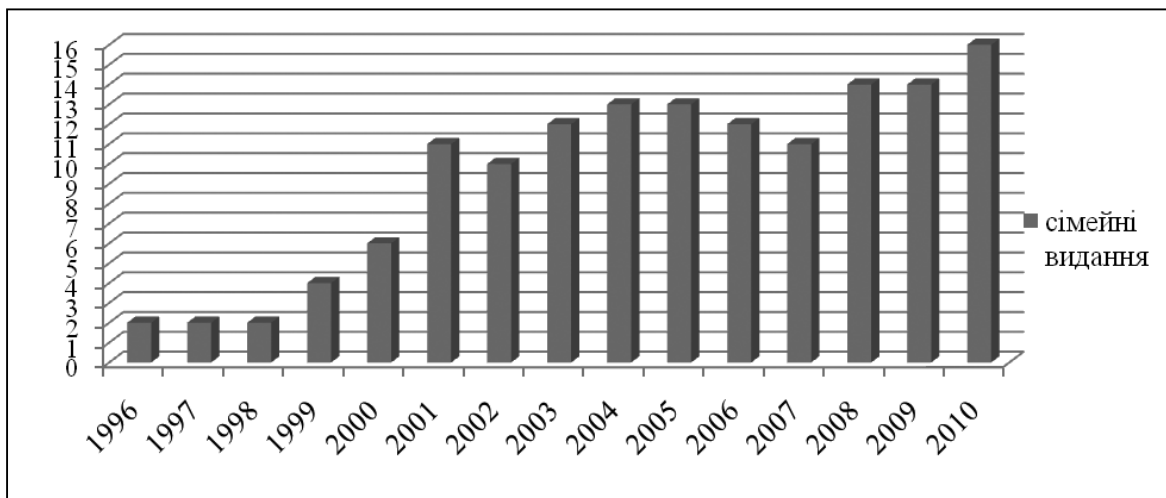


Рис. 1. Функціонування журналів сімейного типу в період 1996–2010 рр.

Як засвідчує діаграма, бурхливий розвиток цих журналів припадає на 2003 р., коли читач був досить підготовлений жіночими часописами до сприймання такої інформації.

¹ Тут і далі в тексті назви журналів, написані кирилицею, подаємо рядковими літерами за нормами українського та російського правопису.

Журнали сімейного типу представлені міжнародним та національним видавцем з перевагою на останньому, що можна простежити на рисунку 2.

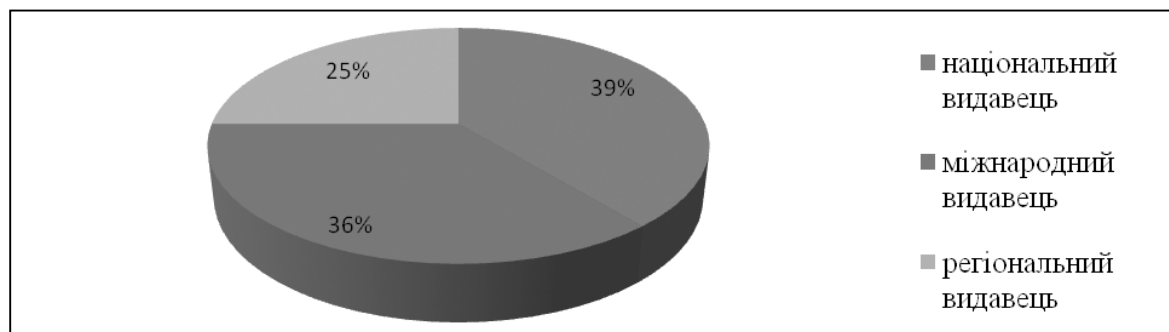


Рис. 2. Розподіл сімейних журналів за видавцем (1996–2010 рр.)

Систему видань сімейного типу міжнародного ринку представлено вже всесвітньо відомими в жіночому секторі видавничими домами «*Burda*» («*Мой ребенок*», «*Между нами мамочками*»), «*Edipresse*» (Швейцарія) («*Твой малыш*»), «*Толока*» (Білорусія) («*Супермама*») та російськими ВД («*Я родился*», «*Здоровая семья*» тощо). Серед журналів, які функціонують на українському медіаринку, 64 % часописів належать національному видавцеві, причому 25 % журналів випускаються регіональними засновниками («*Неболейка*» (Харків), «*Пассаж*» (Одеса), «*Христианская семья*» (Черкаси)).

Для характеру аудиторії нами введено поняття **світоглядного маркера**, який розподіляє журнали на світські та журнали для вірян («*Ноев ковчег*» (християнський журнал для сімейного прочитання), «*Діти непорочної*» (журнал християнської родини. Поява Матері Божої в Україні, Міжгір'ї та в інших місцях планети), «*Христианская семья*» (духовно-повчальний журнал для всієї сім'ї), засновниками яких є українські організації (рис. 3).

Деякі з релігійних журналів засновані на кошти закордонних представництв або користуються їхньою підтримкою: так, у журналі «*Ноев ковчег*» подано дві адреси для контактів — Україна, м. Рівне, а/я 35 та США, PO Box 190, North Aurora, IL.

Не зважаючи на досить малу кількість, журнали для вірян характеризуються постійністю свого існування, у порівнянні зі світськими журналами, окремі представники яких могли не проіснувати й

року. Серед журналів для вірян найтривалішими виявилися часописи «Ноев ковчег» (Рівне) та «Християнская семья» (Черкаси).

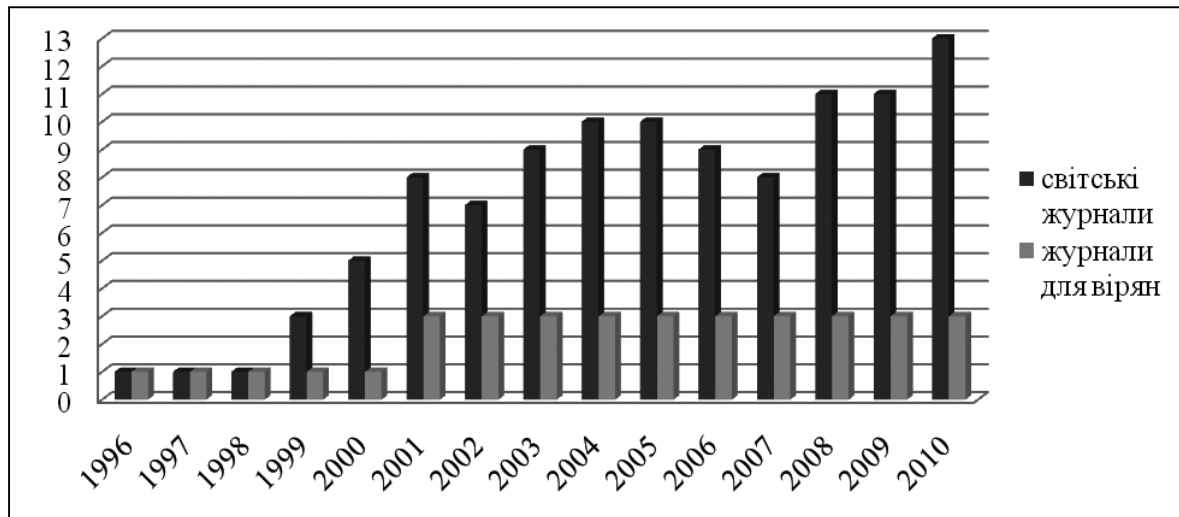


Рис. 3. Розподіл журналів за світоглядним маркером (1996–2010 рр.)

Часопис «Ноев ковчег» служить помічником для тих, хто піклується як про матеріальний, так і про духовний добробут своєї родини. У ньому є цікаві та повчальні оповідання для дітей різного віку, головоломки, кросворди, комікси, розмальовки, мудрі поради та рекомендації батькам щодо виховання підростаючого покоління. Також «Ноев ковчег» позиціонує себе як видання для надання рекомендацій викладачам Недільних шкіл [5]. Метою черкаського видання «Християнская сім'я» є зміцнення відносин із Богом, Творцем сім'ї; зміцнення відносин між подружжям; зміцнення відносин між дітьми та батьками [6]. Мова видання — російська, тираж — 1 500 прим.

Одним із перших українських сімейних журналів став «Мир семьи», що позиціонує себе як «справжня енциклопедія щасливих батьків») з охопленням широкої аудиторії (за даними досліджень Marketing & Media Index Україна [4]. На сторінках часопису розміщуються практичні поради, рекомендації лікарів, консультації педагогів, психологів та юристів. «Все, що потрібно знати про здоров'я, розвиток і виховання дітей — в одному журналі!» [4] — охоплює усі вікові періоди дитини (рубрики «Перший рік», «Від 1 до 3», «Від 3 до 6», «Школярі», «Підлітки»). Крім цього видання має рубрики «Інтим», «Психологія», «Затишний будинок», «Фінанси», «Страхування», «За

кермом», «Подорожі», «Кулінарія», «Світ мами», «Що новенького?», які надають йому статусу універсальності. Матеріали готуються за підтримки провідних фахівців Міністерства охорони здоров'я України, Академії медичних наук, Академії педагогічних наук, Інституту психології. Періодичність — виходить щомісяця, наклад — 55 000 прим.

У 2006 р. видавничий дім «Імпрес-медіа» виграв тендер Міністерства освіти на створення популярної, доступної і зрозумілої версії «Психології свідомого батьківства», що ще раз підкреслило позицію журналу як одного з найкомпетентніших із питань сімейного життя. Журнал «Мир Семьи» з'явився на ринку преси України в жовтні 1999 р. Виходить 1 раз на місяць, тиражем 65 000 прим. Також журнал «Мир Семьи» випускає енциклопедію «Курс молодих батьків: Від вагітності до 2 років», яка розповсюджується в жіночих консультаціях великих міст безкоштовно. Спецпроект виходить двічі на рік загальним річним накладом 80 000 прим. [4].

За тематичним спрямуванням і цільовим призначенням журнали сімейного типу відзначаються політематичністю в розгляді окресленої проблематики. Однак ті чи інші представники можуть мати підвищений акцент на окремих темах і проблемах (рис. 4):

— універсальні, які призначені для всіх, незалежно від статусу в сім'ї («Сім'я», «Ноев ковчег», «Академия», «Мир семьи», «МИКС», «Пасаж», «Христианская семья», «Роксолана», «Тещенька», «Діти непорочної»);

— ті, що присвячені питанням догляду, вихованню дітей (орієнтовані більше на «молодих» батьків) («Мама и я», «Український журнал для батьків», «Аленка+Серезжа», «Оленка+Сергійко», «Агуша», «Между нами, мамочками», «Тато», «Лиза. Мой ребенок», «Я родился», «Твой малыш», «Супермама»);

— ті, що висвітлюють питання здоров'я всієї родини («Неболейка», «Будьмо здорові!», «Здоровая семья»):

З-поміж журналів, присвячених проблемам виховання, на нашу думку, варто виділити ті, що зберігають гендерну симетрію, та ті, що порушують її. Останні репрезентують гендерну нерівність стосовно чоловіків, адже, не зважаючи на те, що у вихованні беруть участь і чоловіки, видавці на рівні номінації намагаються відмежувати їх від цієї сфери. Це такі журнали, як «Лиза», «Мой ребенок», «Мама и я», «Супермама», «Между нами, мамочками». Так, останній (інтерактивний

журнал), різко відмежовуючи чоловіків на рівні номінації, містить рубрику «Папа тоже сможет. Без папы — никуда». Така невідповідність у науковому дискурсі зумовила традицію віднесення цих журналів до суто жіночих.

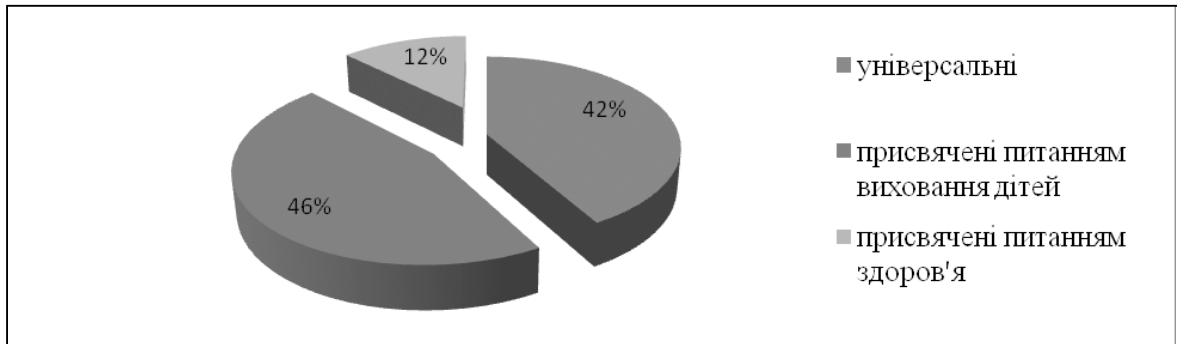


Рис. 4. Розподіл журналів за тематичними групами (1996–2010 рр.)

Гендерна нерівність простежується як на рівні чоловічої статі загалом, так і на її окремих представниках зокрема. Для прикладу, наведемо анотацію сімейного видання «Неболейка», в якій вказано, що це «найкорисніший журнал для відповідальних батьків та бабусь», таким чином дискримінуючи дідусів. Явище антимаскулізму не є поодиноким у виданнях сімейного типу, особливо така практика спостерігається у видавничих домів, які міцно тримають свої позиції в секторі жіночої періодики (ВД «Бурда-Україна», «Толока», Білорусія).

Серед видань, продукуваних вітчизняним видавцем, простежується тенденція до створення так званих журналів-двійників. Так, у загальному секторі друкованих ЗМІ зафіксовано два журнали, ідентичні за назвою. В анотації одного з журналів «Роксолана» підкреслюється, що це — «окремий журнал, який не дублює матеріали україномовної “Роксолани”. Це кольоровий журнал для всієї сім’ї» [116]. Тому відсоткове співвідношення мови видань розподілилося так: 21 % — україномовні, 62 % — російськомовні, 17 % — двомовні.

Отже, тема сім’ї є ключовою в міркуваннях про самореалізацію і власне призначення чоловіків і жінок. Розкриття її проблемного комплексу на шпальтах журналів, що функціонують в Україні, здійснюється в межах двох множин, які виділено крізь призму гендерного маркера. Теоретично журнали із зазначенням видавця «для всієї сім’ї», «для батьків» тощо дають підстави відносити їх до гендерно

нейтральної множини журналів, адже вони повинні мати коедукційне спрямування. Однак дослідження доводять: на рівні видавця відбувається порушення гендерної нейтральності, що призводить до їхнього наближення з жіночим журнальним сектором.

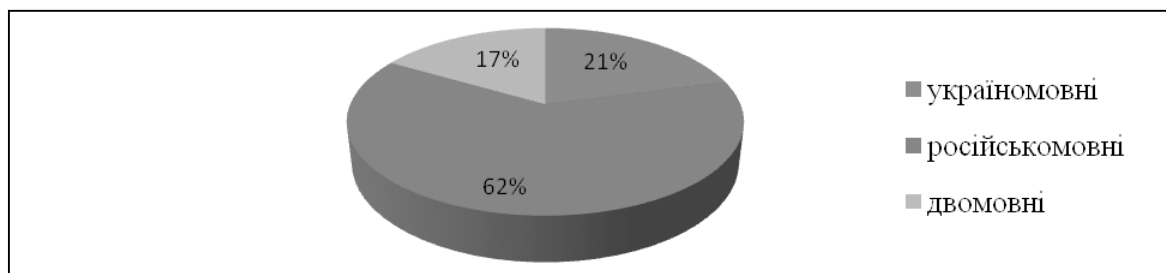


Рис. 5. Співвідношення мови сімейних журналів (1996–2010 рр.)

На нашу думку, видавцям необхідно чіткіше формулювати адресне призначення, що імпліцитно впливатиме на загальну тональність та проблемно-тематичне наповнення продуктованих часописів. Адже журнал, присвячений усій сім'ї, повинен мати інші пріоритети в порівнянні з жіночими журналами, покликаними допомогти жінці в осмисленні ролі матері. Крім того, потребує додаткової уваги акцентуація на тематичному спектрі, пов'язаному зі сферою батьківства та ролі чоловіка в сім'ї, що допоможе позбутися гендерної асиметрії як на рівні сімейних, так і на рівні суспільних ролей чоловіка та жінки (для прикладу, в 2011 р. в інтернет-мережі почало функціонувати видання «Батя», яке призначене для всіх чоловіків (у яких є діти) і в подальшому планує вийти на рівень друкованого часопису <http://rusbatya.ru>).

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Белогай К. Н.* Некоторые аспекты изучения гендерных различий в структуре родительского отношения / К. Н. Белогай // Перинатальная психология и психология родительства. — 2004. — № 2. — С. 31–49.
2. *Дяченко І. М.* Формування типологічної парадигми друкованих ЗМІ: гендерний аспект / І. М. Дяченко // Держава і регіони. Науково-виробничий журнал. Серія: Соціальні комунікації. — 2012. — № 1 (9). — С. 47–51.
3. *Жукова А.* Женская пресса как фактор социализации личности : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 / А. Жукова. — СПб., 1999. — 195 с.
4. Журнал «Мир семьи» : Официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://mirsemji.com.ua/>.

5. Журнал «Ноев ковчег» : Официальный сайт. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://noevark.org/ru/sub.html>.
6. Журнал «Христианская семья» : Официальный сайт. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.hopeofsalvation.org/cf/>.
7. *Клецина И. С.* Психология гендерных отношений: теория и практика / И. С. Клецина. — СПб. : Алетейя, 2004. — 408 с.
8. *Кон И. С.* Ребенок и общество : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. С. Кон. — М. : Издательский центр «Академия», 2003. — 336 с.
9. *Овчарова Р. В.* Психологическое сопровождение родительства / Р. В. Овчарова. — М. : Изд-во Института психотерапии, 2003. — 319 с.
10. *Ожигова Л. Н.* Психология гендерной идентичности личности / Л. Н. Ожигова. — Краснодар : Кубанский гос. ун. — т, 2006. — 290 с.
11. *Сушкова О. М.* Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку та концептуальні особливості: навч. посіб. / О. М. Сушкова. — Суми : Вид-во СумДУ, 2009. — 144 с.
12. *Ямпольская Р. М.* Женская пресса: ее типологические особенности / Р. М. Ямпольская // Вестник Моск. ун-та. — Серия 10. Журналистика. — 1995. — № 1. — С. 15–25.