

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Сушкова Олена Миколаївна

УДК 070.448 “1850-2004”

**ПЕРІОДИЧНІ ВИДАННЯ ДЛЯ ЖІНОК В УКРАЇНІ:
ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ**

Спеціальність 10.01.08 – журналістика

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата філологічних наук

Львів – 2005

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі журналістики факультету систем і засобів масової комунікації Дніпропетровського національного університету.

Науковий керівник: доктор філологічних наук, професор
Бойко Алла Анатоліївна
 Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
 Інститут журналістики, професор кафедри теорії
 масової комунікації

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
Зелінська Надія Віталіївна
 Українська академія друкарства, завідувач кафедри видавничої справи
 та редагування

кандидат філологічних наук
Сніцарчук Лідія Віталіївна
 керівник Науково-дослідного центру періодики
 Львівської наукової бібліотеки імені
 В. Стефаника НАН України

Провідна установа: Національний університет
 “Києво-Могилянська академія”

Захист відбудеться 21 грудня 2005 р. о 13 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К.
 35.051.16 Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79000, м. Львів,
 вул.. Університетська, 1.

З дисертацією можна ознайомитись у Науковій бібліотеці Львівського національного університету
 імені Івана Франка за адресою: 79005, м. Львів, вул.. Драгоманова, 5.

Автореферат розіслано 19 листопада 2005 р.

Учений секретар
 спеціалізованої вченої ради
 кандидат філологічних наук, доцент

Т.Я. Лило

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність обраної теми зумовлена її спрямованістю на вивчення преси для жінок у цілому як дослідження динаміки розвитку зазначеного сегмента засобів масової інформації, починаючи з середини XIX ст., необхідністю осмислення типологічних особливостей періодичних видань для жінок, характеристики їх моделей, вивченням теоретичних і практичних аспектів функціонування у суспільстві. У зв'язку з цим вважаємо актуальним простежити формування образу жінки на шпальтах преси для жінок середини XIX – початку XXI ст.

Масова поява та діяльність сучасних мас-медіа для жінок в Україні в 1990-ті рр. стала об'єктивним наслідком тих політичних та соціальних змін, що розпочалися в українському суспільстві у другій половині 1980-х рр. Трансформація тоталітарної системи призвела до публічного обговорення проблем статусу жінок.

Сьогодні в Україні існують елітарні видання, преса для широкого жіночого загалу, які виконують більше розважальну функцію, ніж інформаційну, а також часописи громадських жіночих організацій, що допомагають формувати зрілу громадянську позицію, активно захищають права та інтереси жінок, допомагають долати стереотипи патріархальної свідомості щодо суспільної ролі та її виховання, сприяють ширшій залученості жіночої аудиторії до усіх форм громадської активності.

Останнім часом спостерігається поживавлений процес вивчення теорії та історії української журналістики. Певними етапами в його дослідженні стали монографії та окремі статті сучасних теоретиків та істориків української журналістики: В. Агеєвої, А. Бойко, В. Буряка, В. Владимірова, В. Габора, Н.Габора, Т. Гундорової, В. Здоровеги, Н. Зелінської, В. Іванова, В. Качкана, О. Коновця, С.Костя, І. Крупського, О. Кузнецової, В. Лизанчука, Й. Лося, І. Михайлина, М.Нечиталюка, Е. Огар, В. Передирій, О. Пономаріва, Б. Потятиника, В. Різуна, М.Романюка, О. Сербенської, Н. Сидоренко, Л. Сніцарчук, Т. Старченко, Б.Чернякова, В. Шкляра, М. Яцимірської та ін.¹ Їх

¹ Бойко А. Преса православної церкви в Україні 1900-1917 рр. Культура. Суспільство. Мораль. – Д.: Вид-во Дніпропетр. ун-ту, 2002; Буряк В. Поетика інформаційно-художньої свідомості. – Дніпропетровськ, 2001; Владиміров В. Історія української журналістики (1917-1997). – Луганськ, 1998; Габора Н. Прогнозування у публіцистиці та його роль у формуванні політичного обличчя України // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 1996-1997. – Вип. III-IV; Гундорова Т. Жіночий роман // Незнайома. Антологія української “жіночої” прози та есеїстики II пол. XX-поч. XXI ст. / Авторський проект В. Габора. – Львів: ЛА “Піраміда”, 2005; Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. – Львів, 2004; Зелінська Н. Поетика приголошеного

монографії, статті стали методологічною основою цієї дисертації, а також джерелами для подальшого вивчення теми.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження здійснене в рамках наукової програми факультету систем та засобів масової комунікації Дніпропетровського національного університету “Масова комунікація у соціокультурному контексті”.

Мета роботи полягає в тому, щоб у процесі вивчення недослідженого сегмента періодики, наукових праць дослідників, які торкалися зазначеної теми, розглянути процес становлення і розвитку на українському інформаційному ринку часописів для жінок: подати комплексний аналіз

слова (Українська наукова література XIX – початку XX ст.). – Львів, 2003; Качкан В. Хай святиться ім'я твоє. – Львів, 1998; Кость В. Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини XX ст. – Львів, 2002; Крупський І. Національно-патріотична журналістика України (друга половина XIX – перша чверть XXст.). – Львів, 1995; Кузнецова О. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень. – Львів, 1998; Лизанчук В. Завжди пам'ятай: Ти – українець! – Львів, 2001; Лось Й. Світоглядна публіцистика як формуючий принцип суспільства/ *Ex professo*. Зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2002. – Вип. 3; Михайлин І. Історія української журналістики. – Харків, 2000; Незнайома. Антологія української “жіночої” прози та есеїстики II пол. XX-поч. XXI ст. / Авторський проект В. Габора. – Львів: ЛА “Піраміда”, 2005; Пономарів О. Культура слова: мовностилістичні поради: Навч. посібник. – К., 1999; Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. – Львів, 2004; Передирій В., Сидоренко Н., Старченко Т. Жіноча доля на тлі доби. – К., 1999; Різун В. Маси: Тексти лекцій. – К., 2003; Романюк М. Українські часописи Львова, 1848-1939рр.: Іст.-бібліограф. дослідж.: У 3 т.: Т. 1-3. – Львів, 2001-2003; Сербенська О. Інноваційні процеси у мові сучасних ЗМІ // Українська періодика: Історія і сучасність. – Львів, 2000; Сидоренко Н. Гендерні доміанти в інформаційній площині України // Філософсько-антропологічні студії. Спецвипуск. – К, 2001; Сніцарчук Л. Українська сатирично-гумористична преса Галичини 20-30-х рр. XX ст.: історико-функціональний аспект та інтерпретаційні особливості. – Львів, 2001; Українська преса. Хрестоматія. Том I-II / За ред. д-ра філол. наук, проф. М. Ф. Нечиталука. – Львів, 1999-2001; Черняков Б. Зображальна журналістика в друкованих засобах масової інформації: Ілюстрована періодика від виникнення до середини XIX ст. – К., 1998; Шкляр В. Мас-медіа і виклики нового століття. – К., 2003; Яцимірська М. Когнітивні процеси в ЗМІ та деякі психолінгвістичні аспекти медіамовлення // Українська періодика: Історія і сучасність. – Львів, 2003.

журналів громадських жіночих організацій, видань для широкої аудиторії, елітарної преси, охарактеризувати модель жінки, що формується на сторінках часописів.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- проаналізувати дослідження проблеми у наукових працях українських та зарубіжних учених;
- розглянути історико-функціональні особливості українських періодичних видань для жінок (1853-1990 рр.);
- виокремити із загального масиву періодики часописи для жіночої аудиторії;
- подати типологічну характеристику системи українських часописів для жінок;
- виявити соціальні та економічні передумови появи на вітчизняному журнальному ринку елітарного типу видання, часописів для широкої аудиторії та преси громадських жіночих організацій;
- проаналізувати форми і методи впливу зазначених часописів на читацьку аудиторію;
- розкрити та проаналізувати основні тематичні аспекти публікацій;
- окреслити основні риси формування образу жінки на сторінках преси для жінок.

Хронологічні рамки дослідження 1991-2004 рр. окреслені періодом, що можна назвати часом “інформаційного вибуху”, а також визначаються значним зростанням кількості часописів для жінок та їх накладів в Україні. Усвідомити роль сучасної преси для жінок можливо лише на широкому історичному тлі, тому не випадково у першому розділі ми детально розглядаємо становлення та специфіку функціонування періодичних видань для жінок (1853-1990 рр.).

Потреба у науковому дослідженні преси для жінок зумовлена тим, що редакційні колективи видань останнім часом забувають про мету своєї діяльності, прислуговуються інтересам видавничих корпорацій, рекламодавців, маніпулюючи думками читацької аудиторії та формуючи хибні уявленні про роль і місце жінки в суспільстві. Всі ці аспекти сприяли визначенню *об’єкта дослідження*, яким стала преса для жінок, соціальні й економічні передумови її виникнення, типологічні особливості й місце на вітчизняному журнальному ринку, тематика та проблематика названих часописів, а також образ жінки, який формується на сторінках періодичних видань.

Предметом дослідження є закономірності розвитку та функціонування преси для жінок у системі журналістського процесу, її роль і значення в суспільному житті, методи впливу преси на соціальну свідомість і світогляд окремої особистості, тобто вся сукупність зв’язків, відношень різних аспектів теорії й практики журналістики, яка є джерелом необхідної для дослідника інформації.

Методологічна основа та методи наукового дослідження. Основний метод комплексного дослідження – аналітичний, що передбачає аналіз преси для жінок. У роботі також використані

описовий, бібліографічний методи. Важливе значення для проведення дослідження мав метод системного аналізу, використання якого давало змогу зосередити увагу на найважливіших проблемах, що розглядалися на сторінках видань зазначеного сегмента. Методологічні та теоретичні основи дослідження складають універсальні принципи історизму і об'єктивності. Для досягнення поставленої в роботі мети використовувався метод порівняльно-історичного аналізу, що дало можливість порівняти специфіку функціонування преси для жінок (1853-1990 рр.) та сучасних видань.

Вищезазначені методи не вичерпують усіх методів дослідження. Нами були використані також метод аналогій та метод статистичного аналізу. Всі методи склали основу дисертаційного дослідження.

Наукова новизна дисертації визначається поставленням і втіленням авторської концепції дослідження, аналізу і викладу власного бачення становлення та розвитку періодичних видань для жінок середини ХІХ-початку ХХІ ст. Висвітлення тематики і проблематики преси для жіночої аудиторії дає можливість з'ясувати особливості розвитку періодики цього сегмента, його місце і значення в загальному журналістському процесі, а також визначити її роль у формуванні світоглядних засад суспільства. У результаті проведеного дослідження:

- визначено типологічні характеристики часописів для жінок, розрахованих на задоволення потреб жіночої аудиторії;
- поданий аналіз елітарних видань для жінок, часописів для широкої аудиторії, преси громадських жіночих організацій тощо;
- простежено створення образу жінки на сторінках преси.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що в науковому дослідженні на базі вивчених матеріалів отримано розгорнуті фактичні дані, що характеризують розвиток преси для жінок; проаналізовані часописи допоможуть краще визначити читацьку аудиторію, зрозуміти, який образ жінки формується засобами масової інформації. Подані матеріали можуть бути використані науковцями, викладачами у науковій та педагогічній діяльності, а також у подальшому розробленні зазначеної теми, у навчальному процесі – при створенні спецкурсів та курсів за вибором, на лекційних та семінарських заняттях. Робота стане у нагоді практикам засобів масової інформації, оскільки ми вказуємо на обмеженість видань для певних аудиторних груп і на засилля розважальних часописів. Можливо, наше дослідження доповнить і урізноманітить тематику засобів масової інформації. Сподіваємося, що практики засобів масової інформації звернуть увагу на суттєвий недолік цього пресового сегмента – брак україномовних часописів для жінок.

Особистий внесок здобувача. Поставлення та вирішення всього комплексу завдань представленої дисертації, опубліковані наукові статті, де викладено основні положення наукової роботи, виконані самостійно.

Апробація роботи. Дослідження обговорювалося на засіданні кафедри журналістики факультету систем і засобів масової комунікації Дніпропетровського національного університету. Основні положення дисертації доповідалися на Міжнародних науково-практичних конференціях “Масова комунікація в Україні та інформаційний виклик XXI століття” (Дніпропетровськ, 11-12 листопада 2003 р.) і “Дискурс у комунікаційних системах” (Київ, 20-21 лютого 2004 р.), на VIII Всеукраїнській науково-теоретичній конференції “Українська періодика: історія і сучасність” (Львів, 24-26 жовтня 2003 р.), на науково-теоретичній конференції викладачів, аспірантів та співробітників гуманітарного факультету (Суми, 14-28 квітня 2004 р.).

Основні положення дисертації викладено у семи публікаціях, що надруковані у фахових виданнях.

Структура дисертації: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (274 позиції), додатка – бібліографічного покажчика (48 найменувань). Загальний обсяг дисертації становить 187 сторінок, з яких 151 сторінка основного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, зв'язок роботи з науковими програмами, сформульовано мету і завдання, визначено об'єкт, предмет, хронологічні рамки дослідження, методологічну основу дисертації, розкрито її наукову новизну, вказано на джерельну базу, практичне значення одержаних результатів, наведено відомості про апробацію результатів дослідження.

У **I розділі “Історіографія, джерела та становлення періодичних видань для жінок в Україні”** розкрито ступінь наукової розробленості теми, охарактеризовано джерельну базу та розглянуто становлення періодичних видань для жінок в Україні.

У **підрозділі 1.1. “Історіографія проблеми та джерельна база”** зазначається, що процес об'єктивного, повного і наукового дослідження журналістики в Україні сьогодні перебуває на стадії розвитку. Поступово опрацьовується, систематизується і вводиться в науковий обіг велика кількість періодичних видань, у тому числі й преса для жінок.

В історико-бібліографічних дослідженнях до проблем преси для жінок, що виходила на західноукраїнських землях, зверталися В.В. Габор “Українські часописи Ужгорода (1867-1944)”, О.Р. Дроздовська “Українська преса повітових міст Галичини (1865-1939 рр.)”, М.М. Романюк та М.В. Галушко “Українські часописи Коломиї (1865-1994 рр.)”, М.М. Романюк та М.В. Галушко “Українські часописи Львова (1848-1939 рр.)”.

Детально проаналізовано українські періодичні видання для жінок у Галичині в анотованому каталозі, укладеному дослідницею В. Передирій, у книзі “Жіноча доля на тлі доби: (Літопис жіночого руху у світлі українських видань)”, авторами якої є дослідниці Н. Сидоренко, Т.

Старченко і В. Передирій, та у покажчику сучасної преси для жінок в Україні, який уклали Н. Сидоренко та А. Волобуєва.

Значним доробком у справі дослідження преси для жінок в Україні є діяльність Науково-дослідного центру періодики, що функціонує при Львівській науковій бібліотеці ім. В. Стефаника. У збірнику публікацій, що видається Науково-дослідним центром, опубліковані статті В. Глаголюк, М. Комариці, В. Передирій, О. Дроздовської та ін., де висвітлюються різноманітні аспекти преси розглянутого в дисертації сегмента, подається докладна характеристика часописів для жінок.

Змістовними та інформаційними є статті Н. Олійник, О. Кісь, Є. Кононенко, у яких фрагментарно висвітлюються деякі аспекти функціонування преси для жінок.

У Росії часописи зазначеного сегмента досліджені докладніше, ніж в Україні, незважаючи на те, що типологічні аспекти функціонування журнальної періодики для жінок довгий час перебували за межами дослідницького інтересу. Вперше це питання знайшло відображення в роботах Я. Бравчука, І. Гофмана, А. Жукової, Лу Мімі, О. Пльонкіної, Л. Шарончикової, В. Шелястіної, Р. Ямпольської та ін.

Основними джерелами дослідження є періодичні видання для жінок, а також газети і журнали, які ми відносимо до преси цього сегмента. У цій дисертації описано більш як 45 видань для жіночої аудиторії, але, ймовірно, не всі часописи, які можна віднести до цього сегмента преси, потрапили в наше поле зору.

У підрозділі 1.2. “Становлення та специфіка функціонування преси для жінок в Україні (1853-1990 рр.)” аналізується процес становлення і розвитку системи видань для жінок в Україні (1853-1990 рр.).

Перші спроби видавати в Галичині пресу для жінок припадають на роки становлення західноукраїнської преси – середину XIX ст. Це часописи “Лада” та “Русалка”, редактором яких був Северин Шехович. Обидва видання призначалися для жінок із заможних станів суспільства і мали просвітницький характер. У 1884 р. постав у Львові альманах “Перший вінок” за редакцією Наталі Кобринської та Олени Пчілки. Це був найбільший український збірник, що вийшов на Галичині за всі попередні часи (не враховуючи етнографічних і суто літературних збірок). Через п’ять років у Стрию були видані три випуски збірника “Жіноча доля” (1893, 1895, 1896), де Н. Кобринська намагалася переконати суспільство, що організація жінок потрібна для їхнього самовдосконалення і кращої праці в громаді, а також для поступу української справи.

Як повноцінна преса періодика для жінок сформувалася на західноукраїнських землях у середині 1920-х рр., коли були створені видання, які своєю програмою привернули увагу широкого кола читачів. Так, орган українських поступових жінок “Мета” (1908) за редакцією Дарії Старосольської прагнув залучити усіх до виборення загальнолюдських прав. У 1912 р. почав

виходити безкоштовний додаток до газети “Діло” – “Жіноче діло”.

Вищезазначені видання характеризуються такими особливостями: виконували культурно-просвітницьку та організаційну функції; формували образ жінки, яка виконувала певну роль у соціумі; порушували специфічні, суто жіночі проблеми; створювалися та видавалися зусиллями самих жінок, які були редакторами, авторами, дописувачами.

У 1917-1939 р., період, який можна назвати переломним, на Галичині з’являються журнали “Наша мета: часопис робітного жіноцтва” (1919-1920), “Жіночий вісник” (1922), “Нова хата” (1925-1939), “Жіноча доля” (1925-1939), “Українська господиня” (1929), “Жіноча воля” (1932-1939), “Громадянка” (1938), “Українка” (1938-1939), “Світ українки” (1938) та інші. Досить розгалуженою була видавничо-організаційна діяльність місячного часопису для українського жіноцтва “Жіноча доля” (“Жіноча воля” (1932-1939), призначеного для найменш освіченої частини сільського жіноцтва, “Світ молоді” (1932-1939) – для наймолодшої частини жіноцтва, ілюстровані календарі-альманахи – “На новий шлях” (1926), “Наш світ” (1928), “Наша книга” (1928), “Для неї – все!” (1930), а також практичні календарі-порадники із загальною назвою “Жіноча доля”).

До особливостей української преси для жінок названого періоду належать такі:

- 1) вони видавалися зусиллями самих жінок, але вже на ґрунті певних жіночих організацій (найактивнішим у цьому плані був “Союз українок”);
- 2) основною формою видань для жінок стали окремі часописи, які до того ж здійснювали розгалужену видавничу діяльність, створюючи додатки (особливо відзначився коломийський часопис “Жіноча доля”);
- 3) характерною стає диференціація видань за ідеологією: націоналістичного спрямування (“Жіноча доля”, “Жінка”), соціалістичного (“Жіночий голос”); орієнтацією на читацьку аудиторію: для інтелігенток (“Нова хата”), селянок (“Жіноча воля”), молоді (“Світ молоді”), широких верств читачок (“Жінка”) тощо; метою: для підвищення національної свідомості, для культивування українського народного мистецтва, для допомоги у господарських справах.

Зазначені часописи формували образ жінки, яка виконувала певну суспільну роль у соціумі: закликала переходити від споглядальності, узвичаєної віками політичної безправності та інфантильності до активної громадської діяльності, до відродження національних традицій українського народу.

Східна Україна довгий час перебувала у складі Російської імперії і зазнавала усіх політичних утисків і цензурних заборон, спрямованих проти українського слова. Тому лише у 1917 р. у Києві вперше вийшов часопис “Жіночий вісник”.

У 1924 р. у Харкові виходив двотижневик “Селянка України”. У 1931 р. назва була змінена на “Колгоспниці України”, редакція знаходилася у Києві, а видавцем значилася Комуністична партія

(більшовиків) України. Починаючи з листопада 1920 р. на Наддніпрянській Україні виходив часопис “Жінка”. Це був єдиний журнал для жінок, унікальний за тривалістю свого існування, адже він видавався в Україні впродовж усієї радянської епохи. Існує він і зараз. У січні 1946 р. відповідно до суспільно-політичних умов місячник змінив назву на “Радянська жінка” і під такою назвою виходив до листопада 1991 р.

У процесі дослідження ми з’ясували, що на шпальтах розглянутих видань створювалася модель жінки-трудівниці, особисте життя, соціальна незахищеність, сімейні негаразди залишалися в тіні. Офіційна ідеологія декларувала вирішеність жіночого питання у тому вигляді, в якому воно сформувалося в кінці XIX – на початку XX ст.: можливість працювати та надання політичних прав жінкам. Однак все це було настільки заідеологізовано, що неминуче вело до появи стандартів мислення та відображення життєвих колізій, створювало психологічні бар’єри у сприйнятті публікацій, що не задовольняло читачів.

У **II розділі “Розвиток преси для жінок на сучасному українському ринку засобів масової інформації”** акцентується типологія преси для жінок, аналізуються елітарні та масово-популярні видання 1991-2004 рр.

У **підрозділі 2.1. “Типологія українських видань для жінок (1991-2004рр.)”** запропонована типологічна модель сучасної преси для жінок. Вона побудована на основі шести типотвірних ознак: 1) тип видання (газета, журнал, дайджест, бюлетень); 2) характер інформації; 3) періодичність; 4) аудиторія; 5) обсяг; 6) цільове призначення.

Аналіз видань для жінок свідчить, що, виходячи з позицій конкуренції не лише серед друкованих видань певного спрямування, але й серед усіх друкованих органів та засобів масової інформації загалом, більшість української періодики зазначеного сегмента набуває характеру розважальних, популярно-ужиткових часописів. Це дає можливість видавцям завоювати якомога більшу кількість читачів та прихильників видань. Українська преса для жінок займає чітку позицію серед інших друкованих медіа на видавничому ринку країни, маючи свої типологічні розгалуження, особливості подачі матеріалу, визначену читацьку аудиторію, специфіку спілкування з нею та особливості засобів впливу на читацьку аудиторію. Проте типологія цих видань не має чіткої тематичної градації, хоча й віддзеркалює широкі інтереси своїх читачів, охоплюючи аспекти як професійного, так і ужитково-розважального характерів.

Питання типології журнальної періодики – проблема не тільки вітчизняної, а й закордонної теорії журналістики. У зв’язку з цим у підрозділі розглянуті деякі аспекти класифікації закордонних часописів.

У **підрозділі 2.2. “Реклама в періодичних виданнях для жінок як психологічний феномен”** акцентується увага на специфіці реклами у виданнях для жінок.

Посилити й поглибити у своїх читачок споживацькі інстинкти – одна з функцій українських

журналів для жінок. Вважаємо, що у рекламі, розрахованій на жіночу аудиторію, нав'язливо калькуються критерії і норми життя, цінності та моральні ідеали, властиві жінці “неукраїнського” середовища. Комплексний вплив глобалізації на рекламний процес полягає в тому, що він фактично стає розповсюджувачем позанаціональних традицій. У наш час преса для жінок змінює імідж сучасної жінки багато в чому завдяки рекламі та впровадженню нових життєвих моделей.

Реклама у засобах масової інформації є лише одним, щоправда, дуже важливим різновидом потужної рекламної індустрії в сучасному світі. Особливого значення, на нашу думку, набуває принцип додатковості: на основі вже сформованих установок за допомогою реклами реципієнтом засвоюються нові цінності життя.

У підрозділі 2.3. **“Елітарні часописи для жінок: тематика, проблематика, особливості змісту”** розглянуто тематику та проблематику елітарних видань для жінок. Поняття “елітарний” є загальноновизнаним у засобах масової інформації. Ми приєднуємося до думки дослідників Н. Лужняк, Н. Олійник, О. Пльонкіної, Р. Ямпольської, які у своїх публікаціях, наукових працях обґрунтовують це поняття, і будемо застосовувати його у подальшій роботі.

Елітарна преса орієнтується на жінок з визначеним стилем життя, який відповідає їх матеріальному достатку і потребам. Основні риси елітарних журналів – великий обсяг, висока якість поліграфічного оформлення, насиченість ілюстративним матеріалом, великий відсоток реклами, висока ціна. Основна функція названого типу – розважальна, рекреативна. До таких видань в Україні належать “Єва”, “Наталі”, “Женский журнал”, “Cosmopolitan” (версія для України) та інші. Виходячи з вищесказаного, зазначимо, що програмою видань розглянутого сегмента є установка на екстравагантність, успішність, зовнішню привабливість.

Найчастіше у внутрішній структурі елітарних журналів для жінок відсутній матеріал пізнавального значення, який розвиває інтелектуальні здібності жіночої аудиторії. Економічна нестабільність гальмує розвиток нових ідей та типів видань для жінок. Вважаємо, що саме з цієї причини в пресі цього сегмента слабо представлені політичні, релігійні, феміністські напрямки, виняток становить преса громадських жіночих організацій.

Елітарні видання нівелюють образ жінки, прищеплюють ідеали, не притаманні українським жінкам, тим самим сприяють викривленню образу. Розглянуті журнали характеризуються ігноруванням національних традицій.

У підрозділі 2.4. **“Журнали для жінок видавничого концерну “Бурда-Україна”** увага зосереджена на характеристиці масових видань для широкої жіночої аудиторії, зокрема видавничого концерну “Бурда-Україна”.

Існує умовна класифікація масових видань з первинним розподілом на журнали для загального читання та спеціалізовані, відповідно до критерію оцінки характеру читацької аудиторії: масові популярні тижневики (“Ліза”, “Отдохни”, “Вот так!” та ін.); масові видання, присвячені веденню

домашнього господарства (“Burda”, “Anna”, “Verena” та ін.).

Періодичні часописи для жіночої аудиторії розглянутого сегмента перш за все покликані підтримувати імідж тієї організації, під егідою якої вони видаються. Про це часто свідчать матеріали одноманітної тематики, що відіграють рекламну роль. На початковому етапі (1993-1998 рр.) вони повністю задовольняли читацьку аудиторію. Але сьогодні на ринку засобів масової інформації чимало часописів, які повторюють або варіюють тематику і проблематику вищезазначених журналів, а жіноча аудиторія вимагає розважливого, аргументованого, психологічно обґрунтованого підходу до своїх проблем.

На сторінках цих часописів домінуючими стали два образи: домогосподарка і фотомодель. Зображення жінки переважно в межах дому чи магазину при виконанні побутових, материнських і подружніх обов’язків зміцнюють у суспільній свідомості загалом та свідомості жінок зокрема стереотипні уявлення про приватну сферу і домашні обов’язки як виключну компетенцію жінки-домогосподарки. Розглянуті видання також формують образ ляльки, насаджують сучасній українській дівчинці моделі фемінності, що не передбачають наявності цікавих захоплень, розвитку особистості, творчих здібностей. Натомість наголошують, що життєвий успіх прямо пропорційний успіхові у чоловіків.

У **ІІІ розділі “Періодичні видання громадських жіночих організацій в Україні”** подається характеристика періодичних видань громадських жіночих організацій, їх тематика та проблематика.

У **підрозділі 3.1. “Особливості розвитку преси громадських жіночих організацій в Україні”** акцентується увага на тематиці та проблематиці видань громадських жіночих організацій. Виникнення часописів зазначеного сегмента багато в чому спровоковано неможливістю адекватно висвітлити жіночий дискурс в інших, неспецифічних виданнях для жінок. У зв’язку з цим преса громадських жіночих організацій підкреслює свою альтернативність, з одного боку, засобам масової інформації, з іншого глянцеви́м журналам для жінок.

Преса громадських жіночих організацій є носієм інформації про життя, вона здатна бути базою для юридичної, соціологічної самоосвіти жінок, формувати світогляд тощо. Серед таких видань можна назвати: “Діалог різноманітностей”, “Жіночий світ”, “Любомира”, “Очима жінок”, “Реальність наших прав”, “Світанок” тощо. Преса розглянутого сегмента трактує поняття “фемінізм” як явище, що протистоїть жіночій дискримінації.

У цьому підрозділі вважаємо за необхідне подати детальний аналіз видань громадських жіночих організацій “Очима жінок”, “Жіночий світ”, “Любомира”. Ми доводимо, що зазначені часописи продовжують традиції, започатковані Н.Кобринською ще у ХІХ столітті.

Серед основних завдань журналів “Очима жінок”, “Жіночий світ”, “Любомира” ми виділяємо морально-етичну проблематику, психологічні аспекти підтримки жінок, захист їх прав, пошук

виходів із складних життєвих ситуацій. Останнє десятиліття ХХ ст. фактично стало переломним періодом самоусвідомлення жінкою себе як творчої особистості у багатьох сферах соціального життя; суспільно-політична і духовно-національна трансформація певним чином спонукала до пробудження приспаної патріархальними традиціями жіночої енергії.

У підрозділі 3.2. “Проблеми фемінізму на сторінках преси для жінок” подається визначення поняття “фемінізм”, а також як це поняття трактується на сторінках преси зазначеного сегмента.

Жіноче питання постало перед суспільством у ХІХ ст. та підштовхнуло європейські народи до роздумів і дискусій у вирішенні питання про права й обов’язки жінок. В українських часописах громадських жіночих організацій з новою силою виявилось зацікавлення до “жіночого питання”. У наш час триває дискусія про те, де ж бути жінці: поєднати трудову діяльність і материнство чи залишити виробництво, присвятивши себе домашньому господарству. Гостроти публіцистиці надає її зв’язок із рухом жінок за емансипацію. Саме ця проблема постає як одна з основних у виданнях громадських жіночих організацій. Складність задач, які поставила перед собою преса громадських жіночих організацій, полягає у тому, що присутнє на рівні проблеми “жіноче питання” ще перебуває в процесі пошуку і формування свого значення; у нього немає апробованих стратегій і єдиної й однозначної кінцевої мети. Утім, як немає єдиного тлумачення поняття “фемінізм”, покладеного в основу будь-якої жіночої ініціативи.

У роботі подається власне визначення фемінізму. Фемінізм – це і суспільний рух жінок, і соціально-політична теорія, і форма пізнання (світогляду), і альтернативна теорія культури.

Дослідження завершується **загальними висновками**.

1. Враховуючи той факт, що в українському журналістикознавстві немає комплексного дослідження видань для жінок середини ХІХ – початку ХХІ ст., запропонована дисертація є однією з перших спроб аналізу періодики зазначеного сегмента в динаміці її розвитку.

Дослідники української преси для жінок нагромадили значний масив наукових праць, що торкаються різних аспектів проблеми. Однак вони не охоплюють її загалом, оскільки не відтворені в історичній послідовності передумови виникнення, особливості розвитку та специфіка функціонування преси розглянутого сегмента. Автори більшості праць фрагментарно розглядають основні питання, що складають основу нашої роботи.

2. Вважаємо, що ми досягли поставленої мети: користуючись дослідженнями українських та зарубіжних науковців, проаналізували журнали для жінок, визначили їх концептуальні особливості.

Нами досліджений великий масив періодики, з якого ми виокремили часописи для жіночої аудиторії. Таким чином, джерельною базою для кандидатської дисертації стали 45 журналів для жінок. Це дозволило нам розглянути історію становлення цього сегмента преси в Україні,

періодизувати їх розвиток, систематизувати і дати типологічні характеристики часописам для жінок.

У становленні та розвитку української преси для жінок маємо такі основні періоди:

- середина XIX ст. (1853 р.) - 1920 р. – становлення преси для жінок;
- 1921-1939 рр. – найінтенсивніший розвиток періодичних видань для жінок у Галичині та виникнення радянських часописів для жінок на Наддніпрянській Україні;
- 1940-1989 рр. – у межах тоталітарної преси вихід ідеологізованих радянських видань для жінок;
- з 1990 р. – становлення та розвиток елітарних часописів, масово-популярної преси для жінок, періодичних видань громадських жіночих організацій в Україні.

3. Преса для жінок, що виходила на території Галичини, поживляла діяльність громадських жіночих організацій, привертала увагу до важливості українського жіночого руху, координувала роботу товариств, роз'яснювала основні напрями роботи організованого жіноцтва, виконувала неоціненну просвітницьку роль. Часописи для жінок Галичини XIX ст. стали осередком згуртування і полем діяльності українських жінок. Періодичні видання сприяли об'єднанню навколо себе жінок – журналісток, громадських і культурних діячок, які прагнули прислужитися спільній справі набуття рівноправності жінки та незалежності нації.

4. Часописи для жінок радянського періоду виконували ідеологічне замовлення партії, науково обґрунтовуючи постанови “нової радянської жінки”. Проте якщо фемінізована “нова жінка” являла собою автономну особистість, то “нова радянська жінка” – це безликий елемент суспільного механізму. Рівноправність стала для партії важелем використання жінки, яка мала в інтересах нового суспільства поєднувати материнство з виробничою працею нарівні з чоловіками. Для радянських часописів зазначеного сегмента була характерною не лише одноманітність в ідеологічній спрямованості та змісті, а й уніфікація їх структури, оформлення, періодичності. Хоча були й деякі позитивні аспекти: вона зробила значний внесок у ліквідацію неписьменності серед українських жінок, стала доступнішою для читача.

5. Дослідження преси для жінок дає змогу виявити соціальні та економічні передумови появи на вітчизняному ринку засобів масової інформації елітарного типу видання, часописів для широкої аудиторії та преси жіночих громадських організацій та проаналізувати форми і методи їх впливу на різні прошарки читацької аудиторії.

Розглянуті у роботі часописи для жінок певним чином впливають на формування стилю життя, поведінки, морально-етичних норм, тим самим впливаючи на світоглядні засади жіночої аудиторії. Нами розкриті та проаналізовані основні тематичні аспекти публікацій на сторінках цієї періодики, виявлені позитивні й негативні риси матеріалів в аспекті формування образу жінки.

6. Часописи, які дослідники кваліфікують як елітарні, займають лідируючі позиції на ринку засобів масової інформації. Вони характеризуються ігноруванням національних традицій, хоча видавці часописів, перебуваючи в умовах конкуренції, намагаються створити власний стиль. У видавничому середовищі розподіл жіночої аудиторії, зокрема за рівнем фінансового благополуччя, вписується в контекст видавничого бізнесу, оскільки фінансова політика видань стає вкрай важливою для їх самореалізації.

7. Міжнародні часописи, з орієнтацією на потреби жіночої аудиторії, сколихнули вітчизняну журнальну періодику. Адаптовані аналоги західних видань концерну “Бурда-Україна” дуже популярні серед українського жіноцтва, хоча і не завжди відповідають заданій меті – висвітлювати актуальні проблеми названої аудиторії. Ці журнали виконують розважальну, рекреативну функції.

8. Велика увага в кандидатській дисертації приділена пресі громадських жіночих організацій, за якою, на нашу думку, велике майбутнє, оскільки ці журнали виконують не лише довідкову і розважальну функції, а й просвітницьку, виховну, світоглядно формуючу. Пропонуючи свою допомогу і сприяння державним і урядовим структурам, преса громадських жіночих організацій демонструє відкритість і готовність до розгорнутого діалогу на різних рівнях. Розглянуті часописи продовжують традиції, започатковані Н. Кобринською ще у XIX столітті. XX ст. фактично стало переломним періодом самоусвідомлення жінкою себе як творчої особистості у багатьох сферах соціального життя; суспільно-політична і духовно-національна трансформація певним чином спонукала до пробудження приспаної патріархальними традиціями жіночої енергії. Такий образ жінки постає перед нами на сторінках преси громадських жіночих організацій.

Сьогодні в Україні відчувається брак часописів для жінок, які б спонукали до роздумів, обговорення складних та суперечливих тем, допомагали формувати зрілу громадянську позицію, долати стереотипи патріархальної свідомості щодо суспільної ролі та її виховання, активно захищали права та інтереси жінок, сприяли б ширшій залученості жіночої аудиторії до усіх форм громадської та політичної активності.

9. На нашу думку, якою традиційною не залишалася на цей час модель поведінки, що закріплює за чоловіком роль захисника, а за жінкою – Берегині, реалії сьогодення актуалізують паритетну модель розподілу гендерних ролей. У цьому контексті поняття “гендер” не тотожне біологічній статі, а є соціальним конструктором, що дає можливість диференціювати поведінку людини залежно від її статі, приписуючи певні ролі, заняття, спосіб життя, системи цінностей. Гендерні ролі достатньо мобільні, можуть змінюватися відповідно до гостроти та глобальності тих чи інших соціальних проблем. Зазначимо, що суспільство, яке дає жінкам рівні права з чоловіками в усіх сферах життя, демонструє рівень своєї цивілізованості й культури. Але проблема в тому, якщо рівність і декларується чи навіть функціонує, як у більшості країн Заходу, залишаються певні моделі поведінки та психології, які несуть на собі печать патріархального розподілу ролей і

патріархальної субординації. Саме ці моделі часто підтримуються і відтворюються в елітарних та масових виданнях.

10. Українське суспільство не поспішає з вирішенням гендерних проблем, вважаючи їх другорядними. Беручи до уваги значення засобів масової інформації у нашому житті, зазначимо, що саме цим засобам належить відіграти головну роль у формуванні гендерної свідомості, визначенні шляхів подолання гендерної асиметрії та творенні гармонійного суспільства. Це, в свою чергу, висуває на порядок денний низку завдань, які частково залежать і від того, які гендерні цінності й пріоритети подаватимуть мас-медіа, наскільки професійно виявлятимуть свої здібності журналісти, рекламисти, редактори, керівники усіх інформаційно-комунікативних структур, щоб, дотримуючись етичних, естетичних та об'єктивних критеріїв відображення дійсності, розпізнати гендерні проблеми, знати шляхи їх вирішення.

11. Переважна більшість проаналізованих нами часописів є російськомовними, що не сприяє національному вихованню та самоусвідомленню жінки. Не дбає про потреби україномовної аудиторії і концерн “Бурда-Україна”, який представлений на нашому ринку мас-медіа (близько 15 видань). Тому вважаємо за необхідне видання в нашій державі якісних україномовних часописів для жінок, які приваблювали б читачок широкою тематичною палітрою, високим поліграфічним рівнем, проблематичністю і виховували справжніх патріоток України.

Основні результати дослідження викладено у публікаціях:

1. Сушкова О.М. Видання для жінок як частина елітарного журнального сегмента на українському ринку ЗМІ // Вісник КиМУ. – Вип. 2. – К.: КиМУ, 2003. – С. 62-73.
2. Сушкова О.М. Висвітлення “жіночого питання” на сторінках незалежної преси для жінок // Вісник Дніпропетр. ун-ту. – 2003. – Вип. 6. – С. 157-162.
3. Лук’янова О.М. Погляд на світ “Очима жінок” // Українська періодика: історія і сучасність: Доп. та повідомл. восьмої Всеукр. наук.-теорет. конф. – Львів, 2003. – С. 777-780;
4. Лук’янова О.М. Про деякі жіночі журнали видавничого концерну “Бурда-Україна” // Вісник СумДУ. – 2004. - №1. – С. 175-179;
5. Сушкова О.М. Типологія періодичних видань для жіночої аудиторії // Вісник КиМУ. – Вип. 3. – К.: КиМУ, 2004. – С. 68-79.
6. Сушкова О.М. Реклама в періодичних виданнях для жінок як психологічний феномен // Матеріали наук.-теорет. конф. – Суми, 2004. – С. 119-123;
7. Сушкова О.М. Сучасна українська періодика для жінок: типологічні особливості // Зб. праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2004. – Вип. 12. – С. 359-370.

АНОТАЦІЯ

Сушкова О. М. Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку і концептуальні особливості. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.01.08 – журналістика. – Львівський національний університет ім. І.Франка, Львів, 2005.

Дослідження присвячено актуальній проблемі сучасного журналістикознавства – пресі для жінок. У роботі розглядається історія становлення журнального сегмента для жінок у засобах масової інформації України, подається типологічна характеристика системи українських часописів для жінок. Дослідження преси для жінок дає змогу виявити соціальні та економічні передумови появи на вітчизняному ринку засобів масової інформації елітарного типу видання, часописів для широкої аудиторії та преси жіночих громадських організацій та проаналізувати форми і методи їх впливу на різні прошарки читацької аудиторії.

Розглянуті у роботі часописи для жінок певним чином впливають на формування стилю життя, поведінки, морально-етичних норм, тим самим впливаючи на світоглядні засади жіночої аудиторії. У дисертації детально проаналізовані основні тематичні аспекти публікацій, визначені функції масових видань та преси громадських жіночих організацій, виявлені позитивні й негативні риси матеріалів в аспекті формування образу жінки.

Ключові слова: преса для жінок, преса громадських жіночих організацій, фемінізм, жіночий рух, гендер, масово-популярні видання, образ жінки.

АННОТАЦИЯ

Сушкова Е. Н. Периодические издания для женщин на Украине: динамика развития и концептуальные особенности. – Рукопись.

Диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.08 – журналистика. – Львовский национальный университет им. И. Франко, Львов, 2005.

Исследование посвящено актуальной проблеме современного журналистикознания – изданиям для женщин. В работе рассматривается история возникновения журнального сегмента для женщин в средствах массовой информации Украины, подаётся типологическая характеристика системы украинских изданий. Исследование прессы для женщин даёт возможность выявить социальные и экономические предпосылки появления на отечественном рынке средств массовой информации элитарных изданий, прессы для широкой аудитории и женских общественных

организаций и проанализировать формы и методы их влияния на различные слои читательской аудитории. Исследованные в работе издания для женщин влияют на формирование определённого образа жизни, поведения, морально-этических норм, мировоззрения женской аудитории. В диссертации детально проанализированы основные тематические аспекты публикаций, определены функции массовых изданий и прессы общественных женских организаций, выявлены позитивные и негативные стороны материалов в аспекте формирования образа женщины.

Научная новизна раскрытия тематики и проблематики прессы для женщин даёт возможность выяснить особенности развития прессы этого сегмента, её место и значение в журналистском процессе.

В научном исследовании на базе изученных материалов получены данные, которые характеризуют развитие периодических изданий для женщин, помогают определить читательскую аудиторию и понять, какой образ женщины формируют средства массовой информации.

Сегодня в Украине ощущается недостаток изданий для женщин, которые бы побуждали к размышлениям, обсуждениям сложных и противоречивых тем, способствовали формированию гражданской позиции, преодолению стереотипов патриархального сознания относительно общественной роли, активно защищали права и интересы женщин, содействовали привлечению женской аудитории ко всем формам гражданской и политической активности.

Ключевые слова: издания для женщин, издания общественных женских организаций, феминизм, женское движение, гендер, массово-популярные издания, образ женщины.

ANNOTATION

Sushkova E. N. Periodical editions for women in Ukraine: dynamics of development and conceptual features. – Manuscript.

Dissertation for Candidate degree in Philology, speciality 10.01.08 – journalism. – Lviv national university the name of I. Franko, Lviv, 2005.

The research is devoted to the issue of the modern feature of journalism – to the periodical magazines for women. In this work is considered the history of appearing magazine segment for woman's in communications of mass information of Ukraine, is explored the dynamics of development of appearance of woman on the pages of periodic press, is given the typological description of the system of Ukrainian editions, is analyses forms and methods of their influence on a reader audience. In detail, dissertation are analyzed the basic thematic aspects of publications, the functions of mass editions and are definite the press of public womanish organizations.

Key words: woman, the editions for women, the editions of public womanish organizations, feminism, woman's motion, gender, mass-popular editions.

Підписано до друку 14.11.2005.

Друк офсетний.

Обл.-вид. арк.. 0,9.

Наклад 100 примірників.

Формат 60x90/16. Папір друкарський.

Гарнітура Times New Roman.

Ум. друк. арк.. 1,0.

Замовлення № 539.

Друкарня СумДУ. 40007, м. Суми, вул.. Римського-Корсакова, 2.