
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

THEORY AND PRACTICE OF FOREIGN MASS MEDIA

УДК 070.11(051)

ЖЕНСКАЯ ПРЕССА В УКРАИНЕ: ИСТОРИЯ, ВИДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

М. О. КИЦА¹⁾, И. Н. МУДРА¹⁾

¹⁾Институт права и психологии Национального университета «Львовская политехника»,
ул. С. Бандеры, 12, 79013, г. Львов, Украина

Рассмотрены теория и история функционирования женской периодики в Украине с начала XX в. до современности. Осуществлен сравнительный анализ периодических изданий для женщин, классифицированы современные женские журналы. Проведен опрос об отношении читательниц к изданиям для женщин, определены тенденции и перспективы функционирования печатных изданий для женщин в ближайшем будущем.

Ключевые слова: издания для женщин; рынок прессы; журнал; издатели; опрос.

Образец цитирования:

Кица МО, Мудра ИН. Женская пресса в Украине: история, виды и перспективы. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика.* 2018;2:69–77.

For citation:

Kitsa MO, Mudra IN. Press for women in Ukraine: history, types and prospects. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics.* 2018;2:69–77. Russian.

Авторы:

Марьяна Олеговна Кица – кандидат наук по социальным коммуникациям; доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций.

Ирина Николаевна Мудра – кандидат наук по социальным коммуникациям; доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций.

Authors:

Mariana O. Kitsa, PhD (social communication); associate professor at the department of journalism and mass communication.

imkitsa@gmail.com

Irina N. Mudra, PhD (social communication); associate professor at the department of journalism and mass communication.

PRESS FOR WOMEN IN UKRAINE: HISTORY, TYPES AND PROSPECTS

M. O. KITSA^a, I. N. MUDRA^a

^aThe Institute of Jurisprudence and Psychology, Lviv Polytechnic National University,
12 S. Bandera Street, Lviv 79013, Ukraine

Corresponding author: M. O. Kitsa (imkitsa@gmail.com)

The article considers the theory and history of the functioning of women's periodicals in Ukraine from the beginning of the XX century up to the present. A comparative analysis of periodicals for women has been carried out, a classification of modern women's magazines has been made. A survey was conducted on the attitude of the readership to publications for women, and trends and prospects for the functioning of printed publications for women in the near future have been identified.

Key words: publications for women; press market; magazine; publishers; survey.

В связи с тем, что сегодня появляются и стремительно развиваются новейшие технологии, интернет и социальные сети, постепенно традиционные СМИ теряют свою популярность. Особенно остро стоит вопрос о функционировании прессы. В странах с рыночной экономикой современная печатная периодика переживает кризис. Пресса подвергается видоизменениям как по наполнению, так и по оформлению. Чтобы успешно конкурировать на рынке, журналы для женщин используют разные приемы и методы, в частности расширяют свою тематику, предлагают разнообразные конкурсы, образцы косметической продукции. Однако достаточно ли этого для удержания печатных изданий на плаву в условиях жесткой конкуренции с интернет-СМИ и для удовлетворения потребности читательской аудитории? Это вопрос, который требует исследования.

Украинский информационный рынок активно развивается. Свободных ниш практически нет, их заняли украинские или зарубежные редакции СМИ. Ниша женских глянцевого журналов, как показывает анализ, занята в основном американскими, европейскими и российскими изданиями, которые конкурируют за украинскую аудиторию. На информационном рынке страны мало украинских журналов для женщин. В Украине рынок женской прессы наполнен иностранными изданиями, которые повторяют оригинальные выпуски и приносят в страну зарубежные веяния, лишь изредка на страницах изданий упоминаются украинские тренды.

Цель исследования – выяснить потребности женской аудитории в специализированной прессе, рассмотреть методы популяризации и увеличения читательской аудитории изданий для женщин. Поставленная цель предполагает решение следующих задач: сделать исторический обзор развития женской прессы в Украине, исследовать современное состояние функционирования периодики для женщин, рассмотреть классификацию современных женских журналов, провести социологический опрос читательской аудитории женской периодики

на предмет того, какие женские издания наиболее популярны и почему.

В работе использованы теоретические и эмпирические методы исследования, в частности методы сравнительного анализа, аналогии, контент-анализа, исторический и теоретический методы, а также опрос и прогнозирование.

Теоретическую основу работы составляют труды теоретиков и историков журналистики: Б. В. Потятиника, И. Л. Михайлина, Н. Н. Сидоренко, Ю. Г. Шаповал, Е. Левченко, М. В. Павлюх, Н. Олейник, К. Доценко, О. Сушковой и др. Среди зарубежных исследователей эту тему изучали Л. Мими, А. Анджела, М. Робби, Дж. Виншип, А. Гау-Йетс, Дж. Гермес, Р. Джилл, Е. Маккракен.

Интересны наработки и российских исследователей в этом направлении. В частности, привлекает внимание монография В. В. Смеюхи, а также работы А. Жуковой, Е. А. Пленкиной, С. М. Черменской и др.

В Украине журналы для женщин – источник разноплановых полезных советов, интересных новостей из жизни известных и успешных людей. Чтение журналов является для украинок способом провести время. Женская периодика освещает широкий спектр проблем и тем. В таких изданиях читательницы могут найти советы на все случаи жизни. Листая страницы издания, читательница успокаивается, абстрагируется от ежедневных забот и проблем [1]. Для женщин журналы интересны тем, что являются своеобразным путеводителем по жизни. Различные советы из сфер моды, красоты и здоровья формируют мировоззрение. Украинские женщины пытаются подражать образу женщины из журнала, который для них является безупречным, мифическим и отличается от реальной жизни.

В книге «Периодические издания для женщин Украины: динамика развития и концептуальные особенности» Е. Н. Сушкова выделяет следующие присущие женской прессе в процессе ее становления особенности:

- выполнение культурно-просветительской и организационной функций;
- формирование образа женщины, которая обладает определенной ролью в обществе;
- издание силами самих женщин (редакторов, авторов и корреспондентов);
- рассмотрение исключительно женских проблем [2, с. 19].

Первые периодические издания для украинских женщин. Первым в своем роде для украинских женщин был периодический журнал «Официальная парижская мода» (*Dziennik Mód Paryskich*), издававшийся в 1840–1848 гг. во Львове портным Т. Кульчицким. Издание было задумано как журнал с хорошо проиллюстрированными образцами европейской моды. Т. Кульчицкий пытался рекламировать женскую одежду, сшитую в собственной мастерской. Впоследствии журнал превратился в общественное, литературно-художественное издание. В свое время «Официальная парижская мода» был популярным изданием не только в Галиции, но и на территории современной Польши [3].

Первым украинским журналом для женщин считается «Лада: Письмо поучительное русским девицам и молодежи в забаву и поучение», издавался он с 1853 г. во Львове под редакцией С. Шеховича. В 1868–1870 гг. С. Шехович также занимался редакцией женского журнала «Русалка: Письмо для красавиц». Издателями данных журналов были мужчины, освещавшие мужские взгляды на назначение и место женщины в обществе и мире. Женщины, по словам издателей, «должны быть прозорливыми, мудрыми, достойными любви супругами, рачительными матерями, верными, экономными домохозяйками»¹ [4, с. 55].

Особое место среди женских изданий занимал альманах «Первый венок». Он был основан в 1889 г. во Львове и находился под редакцией Н. Кобринской и Е. Пчелки. К выпуску альманаха были привлечены лучшие творческие личности, среди которых представительницы и Приднепровья, и Западной Украины. Функционирование «Первого венка» стало возможным за счет финансовой поддержки Е. Пчелки и частных пожертвований [5, с. 24].

В 1908 г. во Львове «Кружок украинских девушек» начал издавать журнал «Цель: орган прессы украинских прогрессивных женщин», который был направлен на широкую аудиторию читательниц. Это был журнал идеологического направления, в первую очередь рассчитанный на активисток женских организаций и городские круги интеллигенции. Издание «Цель: орган прессы украинских прогрессивных женщин» оживило деятельность общественных женских организаций, но вскоре перестало издаваться [6, с. 15].

В 1912 г. в газете «Дело» (г. Львов) – древнейшем украинском ежедневном издании – начали издавать бесплатное приложение «Женское дело», на страницах которого преимущественно освещались проблемы равноправия и экономической свободы женщин.

Еще одно женское издание называлось «Наша цель: журнал трудящихся женщин» (1919 г.). Во вступительной части редакция во главе с Д. Старосельской отмечала: «Ставим себе первейшей задачей ознакомить общественность наших женщин с правами, которые присуживают всем горожанам Украинской Республики» [7, с. 133]. Одной из главных задач, которые ставила перед собой «Наша цель: журнал трудящихся женщин», являлась помощь пленным и раненым украинцам. В начале 1920 г. из-за нехватки средств издание перешло под руководство социал-демократической партии Украины. «Наша цель: журнал трудящихся женщин» стал журналом для «женщин пролетариата и тех, кто стремится поменять порядок», на первый план ставилась классовая солидарность, а только после нее – половая. В июле 1920 г. журнал завершил свою деятельность.

Жительницы Галичины читали также и польские женские журналы, издаваемые во Львове. Среди них «Хозяйство женщины» (*Gospodarstwo kobiece*, 1918 г.) – месячник, посвященный кормлению скота, домашнему хозяйству на селе и сельскому воспитанию женщин. Издание было приложением к журналу «Фермер» (*Rolnika*), который издавался комитетом Экономического общества. Среди польских изданий следует также назвать журналы «Практичные домохозяйки» (*Praktyczna gospodynie*), «Голос хозяйки» (*Guos gospodyc wiejskich*, 1934 г.), последний был посвящен женским хозяйственным и образовательно-культурным делам [8, с. 79].

Совсем иным был период середины 1920-х гг. для женских журналов на приднепровской Украине, которая в то время находилась в составе Российской империи. До 1905 г. все национальные периодические издания были под запретом. Украинки Приднепровья читали российские журналы, например, «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета». Его издатель и редактор Н. И. Новиков адресовал этот литературный журнал «прекрасным дамам» и надеялся на то, что издание будет реализовывать воспитательную, просветительскую и развлекательную функции. В начале XX в. открылся ряд женских изданий: литературно-общественные («Женщина» (1907–1917), «Дамский мир» (1907–1917), «Женское дело» (1910–1918), «Журнал для хозяек» (1912–1918), «Мир женщины» (1912–1917), «Журнал для женщин» (1914–1918)); общественно-политические (феминистские «Женский вестник» (1904–1917) и «Союз женщин» (1907–1909),

¹Здесь и далее перевод наш. – М. К., И. М.

журнал большевиков «Работница» (с 1914 г.); о моде, домоводстве, рукоделии и литературе («Модный курьер» (1900–1910), «Ворт» (1905–1913), «Домашняя портниха» (1906–1908), «Парижанка» (1908–1910), «Женский мир» (1909–1911), «Белье и вышивки» (1909–1916), «Моды для всех» (1910–1914)). Продолжали свою работу и журналы, созданные в последней четверти XIX в. («Модный свет и модный магазин» (1883–1905), «Вестник моды» (1885–1916), «Венский шик» (1899–1908), «На помощь матерям» (1894–1904) и др.) [9].

На 1920–30-е гг. приходится бурное развитие журналов для женщин Галичины, находившейся тогда в составе Польши. Пресса имела целью усилить национальное и гражданское самосознание женщины. В это время Союз украинок вел активную издательскую деятельность. В 1922 г. он издает «Женский вестник». Деятельность этого журнала была недолгой, поскольку он являлся не отдельным изданием, а тематической страницей в газетах «Общественный вестник» (март – август) и «Дело» (сентябрь – декабрь). Кроме того, «Женский вестник» не имел своей рубрики, поэтому терялся среди остальной информации, которая выходила в газетах [6, с. 20].

Активную издательскую деятельность проводил также коломыйский филиал Союза украинок. В 1925 г. он начинает издавать журнал «Женская судьба», а также два приложения к нему: «Женская воля: журнал для сельских женщин» и «Мир молодежи», который должен был патриотически воспитывать молодых украинок [7].

В конце 1930-х гг. в Западной Украине на женское движение накладывались некоторые ограничения. В 1938 г. из-за запрета со стороны польского правительства Союз украинок вместе с его прессовым органом – журналом «Женщина» – прекратил свою деятельность. В 1938 г. издание функционировало под названием «Гражданка», а белые пятна, которые иногда появлялись на страницах журнала, говорили о том, что материал не был одобрен польской цензурой. Однако в начале 1939 г. политические притеснения уменьшились, и «Женщина» возобновила деятельность, хотя и не на продолжительное время – до 1 сентября 1939 г. [10, с. 27].

Женские издания этого периода можно классифицировать следующим образом:

- по идеологическим направлениям. Это журналы националистической ориентации («Женщина», «Женская судьба», «Самостоятельная Мысль Украинской Матери») и издания социалистического направления («Женский голос»);
- ориентированию на читателей. Так, журналы были ориентированы на широкую женскую аудиторию («Женщина», «Украинка») или на узкий круг читательниц, например на молодых («Мир молодежи»), работающих женщин («Женский голос»), на

крестьянок («Женская воля»), на представительниц интеллигенции («Новый дом»);

- поставленным целям. Издания выполняли различные цели, такие как усиление национального самосознания, ознакомление с народным украинским искусством, советы о том, как вести домашние и хозяйственные дела.

В 1930-х гг. появляется украинский женский журнал на Буковине, которая в то время была в составе Румынии. В 1931–1932 гг. черновецкий журнал «Самостоятельная мысль» издавал приложение «Самостоятельное мнение украинской матери» [11, с. 179].

На Закарпатье, которое входило в состав Чехословакии, распространялся журнал «Женская судьба», издававшийся Союзом украинок.

Советский период женской прессы. В УССР в 1920-х гг. начинают свою деятельность идеологические женские издания, в которых отсутствовали национальные особенности. С началом советской власти в Украине были упразднены все частные издания и официальные органы прессы общественных организаций. У женской прессы был только один издатель – ЦК КП(б), а позже – Центральный отдел работниц и крестьянок ЦК КП(б) [12, с. 350]. Это заметно сузило диапазон тематики женских изданий, представления о печати были искажены идеологическими требованиями. Кроме тематической направленности было уменьшено и количество изданий, почти все они существовали недолго.

Для советских женских изданий была свойственна не только однотипность в идеологической направленности и содержании, но и стандартизация структуры, оформления, размеров и даже периодичности. Хотя существовали и некоторые позитивные аспекты развития советской прессы для женщин: она стала более доступной и в результате сделала большой шаг к ликвидации неграмотности среди украинок.

Журнал «Женщина» выходил в Киеве в 1920 г. и был первым изданием женской прессы в приднепровской Украине советского периода. По продолжительности существования это был уникальный женский журнал, поскольку он издавался в Украине на протяжении всего советского периода. В 1945 г. журнал изменил название на «Советская женщина» и под таким названием выходил до ноября 1991 г. Во времена развития украинской независимости журнал возвращается к названию «Женщина», он продолжает свое существование и сегодня [13, с. 128].

В Харькове с 1924 г. орган ЦК КП(б) начал выпуск еще одного женского журнала «Крестьянка Украины», в сентябре 1931 г. под влиянием общественно-политических аспектов издание изменило свое название на «Колхозница Украины». Журналу была присуща четкая идеологическая направленность, материалы в основном были посвящены по-

шедшим на пользу Советского Союза достижениям женщин в работе. Навязчиво пропагандировался лозунг «Советская женщина – это прежде всего работник, неравноправия полов в СССР нет, ведь женщина может выполнять любую работу наравне с мужчиной» [7].

Для эффективной коммунистической агитации идей украинских женщин создавались журналы на украинском языке, они не имели никаких национальных признаков. Однако даже эти издания были, как правило, недолговечны, исключение составляет упоминаемый ранее журнал «Советская женщина». С течением времени почти все советские женские журналы объединялись в такие универсальные издания для женщин всех республик СССР, как «Работница» или «Крестьянка».

Женские журналы сегодня. В настоящее время рынок периодики Украины отличается насыщенностью и разнообразием. Каждый читатель может выбрать издание по вкусу, учитывая свои увлечения, взгляды, материальное состояние. Исследовательница Н. Сидоренко утверждает: «Чем больше читаешь журналов, тем лучше понимаешь, что все они сходны между собой событиями, советами, вопросами, репортажами. Создается впечатление, что материалы женских изданий, как фасон модного наряда, который каждый мастер-редактор может трансформировать по-своему: то цвет меняет, то пуговицы другие подберет...» [13, с. 209]. Становится все сложнее выбрать журнал, который удивил бы своей оригинальностью и ненавязчивостью. Это заставляет издателей соревноваться за читателя, повышая уровень издания и совершенствуя его характеристики.

По регионам Украины женская пресса распределяется неравномерно. Рекордное количество женских журналов издается в центральном регионе (43 издания для женщин, редакции 40 из них расположены в Киеве). На втором месте по количеству издаваемых женских журналов расположился восточный регион (24 издания), для него также присуще неравномерное распределение по областям. На юге Украины зарегистрированы 14 женских изданий, а в Западной Украине – 11. Самое малое количество женской прессы зарегистрировано в северных областях (3 издания) [7].

Издателями журналов для женщин являются частные лица, редакционные коллективы, общества с ограниченной ответственностью, малые частные предприятия и подобные. Многими украинскими журналами сегодня владеют крупнейшие издательские центры Европы, это прежде всего немецкий издательский дом *Burda* (ГП «Бурда-Украина»), который насчитывает около 30 наименований мужской, женской, семейной, развлекательной и другой специализированной прессы, выходящей в Украине исключительно на русском языке. Насчитывается 10 чисто женских изданий, среди которых 6 зареги-

стрированы в Украине: «Лиза» (тираж 220 тыс. экземпляров), «Даша» (40 тыс. экземпляров), «Добрые советы» (280 тыс.), *Burda* (70 тыс.), *Mini* (100 тыс.), *Verena* (15 тыс.). Другим мощным инвестором периодики в Украине выступает шведский издательский дом *Edipresse Ukraine* («Эдипресс Украина»), который имеет 19 разнотипных журналов. Среди них 5 журналов чисто женского направления: «Единственная» (280 тыс. экземпляров), «Полина» (165 тыс.), «Юная леди» (40 тыс.), «Рукоделие» (20 тыс.), «Твое здоровье» (90 тыс.) [14, с. 210]. Украиноязычное издание «Госпожа» создано также при содействии иностранного издателя Дж. Сандена. Стоит отметить, что в Украине существуют и другие журналы для женщин: «Женский журнал», «Ева», «Караван историй», «Натали», «Госпожа», *ELLE*, *Cosmopolitan*, *Cosmolady* и др.

Активно развиваются женские издания в интернете: «Дарья», «Наброски», *LadyBoss*, *Womans.in.ua*, *Roxy*, *TerraWoman.com*, *Devchata.net*, *Veslo.org*, *Afield*, *Womans.look.net.ua* и многие др.

Также необходимо вспомнить и более дешевые издания с менее ярким оформлением и более «приземленной» тематикой: «Дарья», «Радости и печали», «Моя судьба», «Успехи и поражения», «Истории из жизни», «Истории из конвертов», «Вдвоем», «Встреча плюс» и др. Некоторые из них выглядят как близнецы, создаются одним редакционным коллективом и имеют одного издателя и учредителя. У таких журналов очень похожи заголовки, рубрики, сюжетные перипетии, общественные мотивы, психологическое воздействие, образные средства, моральные установки и т. д. Тиражи этих изданий не превышают тиражи гляцевых журналов: 181 тыс. экземпляров журнала «Истории из жизни», около 118 тыс. экземпляров журнала «Успехи и поражения», 60 тыс. «Моя судьба», 30 тыс. «Дарья», 26 тыс. «Радости и печали» [14, с. 210]. В основном объединяют эти журналы так называемые жизненные истории, в которых повествуется о женских судьбах, поисках неземного счастья, мечтах и слезах, успехах и поражениях, они обязательно должны вселять в читательниц надежду и веру.

В целом такая ситуация наблюдается и в других постсоветских странах. Например, в России большинство женских гляцевых журналов – это своего рода калька с зарубежных изданий. В Россию пришли не только отдельные журналы, но и представительства известных зарубежных издательских домов. Например, издательский дом *Condé Nast International* (*Vogue*, *Glamour*, *GQ* и др.), *Independent Media* (*Cosmo*, *GoodHousekeeping*, *Harper's Bazaar* и др.). Крупнейшие медиахолдинги подтверждают тот факт, что женская пресса в качестве медиаактива имеет значительные возможности для расширения аудитории и экономического развития [15, с. 58]. Помимо адаптированных версий зарубежных женских изданий, в странах СНГ женские журналы

выпускаются и местными издательскими компаниями, это, например, «Крестьянка», «Наташа» (Россия), «Натали», «Женский журнал» (Украина) и др. Данные издания также имеют интернет-версии. «Женский журнал», выходящий на территории Беларуси уже более 11 лет, является собственностью частного производственного унитарного предприятия «Женский журнал» [16].

По данным *Gallup Media Russia*, десятку наиболее читаемых в России глянцевого журналов составляют «Караван историй», *Cosmopolitan*, *Burda*, «Домашний очаг», *Geo*, *Elle*, «Домовой», *Marie Clair*, *L'Officiel*, *Harper's Bazaar*. Читателями ежемесячных женских и семейных журналов является 84 % взрослых жителей мегаполисов. Женская аудитория наиболее многочисленна у журнала «Домашний очаг» (84,4 % от общего числа читателей журнала), а мужская аудитория у журнала «Караван историй» (27 % от общего числа читающих глянцевые журналы мужчин) [15, с. 60].

Исследователь Н. Олейник говорит о четырех направлениях изданий современной женской прессы: элитарные, популярные, художественно-творческие и деловые. Также автор выделяет типы журналов по их целям:

- издания социальной направленности с большим количеством динамичной социальной информации, где присутствует политическая позиция в подтексте;
- проблемно-информационные, которые предоставляют деловую и другую важную информацию;
- гуманитарно-познавательные, рассчитанные на интеллектуальных читательниц;
- издания, которые освещают проблемы семьи («Украинская семья», «Дом и семья»);
- издания религиозного направления («Дети Марии»);
- издания медицинского характера («Здоровье»);
- журналы по популяризации различных видов рукоделия, шитья и ведения домашнего хозяйства («Волшебный бисер», «Для тех, кто вяжет»);
- журналы о моде (*Glamour*, *Kosmetik International*) [7].

По типу информации журналы делятся на:

- элитарные. Отличие таких журналов от других состоит в высоком качестве полиграфии, наличии большого количества иллюстраций и рекламы (например, журнал *Cosmopolitan*);
- литературно-художественные. Акцент в которых делается на содержании статей, а не на полиграфическом оформлении, в них публикуются жизненные истории, статьи о жизни звезд (например, журнал «Радость и печаль»);
- массово-популярные. В них размещают статьи о моде, красоте, стильной жизни, истории об известных и богатых людях (например, журналы «Лиза» и *Oops*);

- специализированные по интересам (например, серия «Бурда-Украина»);

- по медицинским проблемам. В них уделяется большое внимание здоровью, гигиене, женской психологии, материнству (например, журнал «Здоровье») [2, с. 59–60].

По направленности на аудиторию журналы делятся на следующие виды:

- для девочек-подростков (*Oops*, *Joy*, *Elle Girl*);
- современных женщин («Единственная», *Cosmopolitan*, «Натали», «Ева»);
- бизнес-леди («Бизнес Woman», «Леди и бизнес»);
- матерей («Мой ребенок», «Мой кроха и я», «Наш малыш»);
- молодоженов («Дуэт», «Жених и невеста», «Ваша свадьба»);
- всей семьи («Семья – Семь Я») [2, с. 62].

Как видим, за два века журналы для украинских женщин изменились, увеличилось их число, они стали разнообразнее и вызывают больший интерес читателя. Однако в достаточной ли степени данные издания удовлетворяют потребности аудитории? Нами был проведен опрос, целью которого являлось выяснение того, какие женские журналы читают украинки и что им нравится в этой периодике.

Опрос был проведен среди 300 женщин четырех возрастных категорий (18–25, 26–35, 36–45 и 46–50 лет), которые постоянно читают женские журналы. Исследование проводилось анонимно, в анкете было предложено указать только возраст и род занятий в последнем пункте, что позволило сформировать возрастную категорию аудитории.

Начался опрос в июле 2016 г., закончился в марте 2017 г. Для сбора необходимой информации использовался метод анкетного опроса и интервью, который позволяет опросить большое количество людей за небольшой промежуток времени, а также обеспечивает объективность ответов. Была использована ступенчатая выборка.

Результаты исследования показали, что большинство женщин читают глянцевые журналы 1–2 раза в месяц (76 %), гораздо меньшее количество читают их 1–2 раза в неделю (20,5 %) и очень малое число женщин читают глянцевые журналы ежедневно (3,5 %). Это можно объяснить несколькими причинами. Первой из которых является особенность функционирования данных изданий, заключающаяся в периодичности: большинство журналов являются ежемесячными. Вторая причина кроется в однотипности и узком кругу охватываемых тем: читательницы не всегда находят в журналах нужную информацию, не видят новизны и практической пользы.

Абсолютными лидерами по популярности среди аудитории являются журналы *Cosmopolitan* (28,25 %) и «Натали» (20,5 %). Также многие женщины предпочитают журнал «Единственная» (11,5 %). Мень-

шей популярностью пользуются журналы «Лиза» (8,5 %) и *Joy* (8,75 %). Наименее популярными оказались журналы «Ева» (1,5 %) и *Glamour* (4,75 %). Кроме того, при ответе на вопрос о любимых журналах некоторые респонденты выбирали свой вариант (16,25 %) и указывали *ELLE*, *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Pink*, *Viva!*, «*Burda* мода», «Отдохни».

По результатам исследования А. Маевской в России наиболее популярными журналами являются *Cosmopolitan*, «Караван историй», *Burda* (предпочитают женщины более старшего возраста), *Elle*, *Men's Health*, *L'Officiel*, *SNC* [15, с. 105].

Интернет-версии женских журналов читают 42 % опрошенных, но 46 % женщин предпочитают печатный формат. Это объясняется двумя причинами: во-первых, большинство аудитории, в частности старшая ее часть, привыкла к периодике только в печатном виде и не изменяет устоявшимся привычкам; во-вторых, печатная версия журнала обычно шире и более информационно насыщена, самые интересные, на взгляд редакции, материалы размещаются преимущественно в печатной версии. Кроме этого, некоторые женщины читают как печатное издание, так и его аналог в интернете (12 %).

Большинство опрошенных любят читать журналы в формате А4 (42 %) и А5 (38,5 %), а 19,5 % читают компактные «карманные» форматы. Стоит отметить, что малые форматы журналов дешевле (иногда до 50 %), чем стандартные.

Еще одним аспектом восприятия женской периодики является объем материалов. Обычно материалы в журнале имеют следующую структуру: короткие тексты с большим количеством изображений или большие тексты, разбитые на подтемы. По результатам опроса можно утверждать, что оба типа материалов пользуются почти одинаковой популярностью у женщин (53,3 % и 46,7 % соответственно).

Еще одним важным аспектом в изучении популярности женских изданий является способ прочтения журнала отдельно взятой женщиной. Подавляющее число женщин, читая журнал, просматривают темы и выбирают для чтения только те статьи, которые заинтересовали их больше других (55 %). Женщины, которые увлекаются женской прессой и имеют одно или несколько любимых изданий, обычно читают весь журнал от начала до конца (23,4 %). У некоторых читательниц со временем появляются любимые рубрики, которым они отдают предпочтение (15,6 %). Небольшое число женщин листают журнал быстро, просматривая только иллюстрации и не обращая внимания на текстовые материалы (6 %).

Самым интересным аспектом в исследовании предпочтений читательской аудитории женских журналов является изучение тематического охвата указанного сегмента печатных средств массовой

информации. На вопрос «удовлетворяет ли контент женского журнала читательниц», были получены следующие ответы: «полностью удовлетворяет» (13 %), «не удовлетворяет» (35 %), «частично удовлетворяет» (52 %). Читательниц российских женских журналов привлекает не только хорошее качество бумаги, красочность, яркая обложка, но и увлекательный текст, возможность узнать что-то новое [15, с. 105]. Это значит, что редакциям женских журналов стоит уделять больше внимания изучению предпочтений своих читательниц и совершенствовать контент издания.

Самыми популярными среди женщин оказались следующие темы: «здоровье» (13,4 %), «мода и косметика» (13,2 %), «уход за внешностью» (12,3 %) и «психология» (12,3 %). Названные темы вполне типичны для среднестатистического женского издания, в связи с чем на этом этапе можно говорить о достаточном соответствии указанного типа журналов интересам аудитории. По результатам опроса наименее интересными для читательниц оказались такие темы, как «карьера» (3,7 %), «семья и дети» (3,6 %). Читательниц также слабо интересуют сплетни и истории о звездах (8,7 %).

Интересно, что читательницы российских женских журналов также предпочитают рубрики «мода», «красота», «здоровье», «спорт», «карьера», «путешествия», «психология», «кулинария», «истории звезд» и «гороскоп». Это подтверждает проведенное кафедрой экономики и управления производством Тверского государственного университета исследование предпочтений читательниц гляцевых журналов [17].

Данные исследования показывают, что украинские читательницы предпочитают аналоги зарубежных изданий *Cosmopolitan*, «Натали», «Единственная», «Лиза» и др. Однако по контенту указанные журналы не полностью удовлетворяют вкусы аудитории что свидетельствует о потребности изменить рынок женских журналов.

По результатам опроса становится ясно, что решающей особенностью, на которую обращают внимание большинство женщин при выборе журнала, является интересное наполнение (66,5 % опрошенных), читательницы также чуть в меньшей степени обращают внимание на количество рубрик (18,5 % опрошенных) и стиль написания материалов (15 % опрошенных). Практически единогласно женщины считают качественные и красивые фотоиллюстрации одним из главных достоинств женского журнала (98 % опрошенных). Это вполне понятно: яркие и красивые фотографии привлекают внимание и доставляют эстетическое удовольствие от просмотра журнала, качественное тематическое наполнение неизменно является атрибутом любого печатного издания, которое способно повысить его тираж и популярность.

Общественно-политические изменения в украинском обществе продолжают, а с ними меняется и социальная роль женщины. Вскоре изменения коснутся и прессы для женщин. В связи с этим актуальность приобретает вопрос развития и совершенствования женских журналов. Основываясь на проблеме функционирования женской прессы, можно предложить ряд методологических способов совершенствования женских изданий:

- расширение тематического спектра;
- удовлетворение интересов всей аудитории;
- повышение практической полезности материалов;
- увеличение интерактивности;
- усиление образовательно-познавательной функции;
- формирование нового взгляда на роль женщины в обществе;
- уход от стереотипов, касающихся социальной и профессиональной роли женщины;
- усиление феминистских идей;
- разрушение стереотипов относительно идеала женской внешности;
- стремление к индивидуализации женщины;
- формирование нового взгляда на отношения между женщиной и мужчиной;
- отображение жизни обычных читательниц.

В целом женские журналы в странах постсоветского пространства имеют много общего, в частности тематическое наполнение, рубрики, жанры, ориентация на массовую аудиторию. Кроме это-

го, на местных рынках развиваются маленькие отечественные издания, но они не так популярны, как адаптированные версии международных женских изданий. В то же время адаптированные международные женские журналы не всегда удовлетворяют потребности местного женского населения, так как не учитывают национальные особенности читательниц.

Рынок украинской периодики можно дополнить новыми женскими изданиями. Как отмечает исследователь А. Жукова, в США существует более широкая классификация женских изданий, это журналы для полных женщин, для женщин-музыкантов, для сексуальных меньшинств и т. д. [18]. По мнению В. Смеюхи, такие журналы могут впоследствии появиться и в российском медиапространстве [8]. На наш взгляд, в постсоветском обществе журналы таких тематик не получают широкую популярность, поскольку жители бывшего СССР более консервативны и труднее воспринимают изменения. В то же время, проанализировав сообщества в социальных сетях *Facebook* и *Twitter*, можно выделить такие группы интересов, как «отцовство» (советы для родителей), «вышивка», «рукоделие», «хэнд-мейд», «лучшие рестораны», «парикмахерское искусство», «маникюр и педикюр», «художественные импрезы», «женщина за рулем авто», «спорт для здоровья и фигуры» и др. Из чего следует, что такие рубрики необходимо включить в периодические издания для женщин, при этом темы, касающиеся рукоделия, могут быть освещены в отдельных изданиях.

Библиографические ссылки

1. Зачем нужны женские журналы [Электронный ресурс]. URL: http://www.semya-rastet.ru/razd/zachem_nuzhny_zhenskie_zhurnaly/ (дата обращения: 04.06.2017).
2. Сушкова ЕН. Периодические издания для женщин в Украине: динамика развития и концептуальные особенности. Сумы: СумДУ; 2009. 144 с.
3. Павлюх МВ. «Dziennik myd paryskich» – перший польський жіночий часопис Львова (1840–1848). Наукові записки Інституту журналістики [Електронний ресурс]. 2015;59:73–80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2015_59_14 (дата звернення: 23.04.2017).
4. Коханова ЮЕ. Промоушн печатного издания на информационном рынке. Вестник Московского государственного университета. Серия 10: Журналистика. 2000;6:53–65.
5. Передирій ВА, укладач. Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853–1939 гг.) [анотований каталог]. Львів: Мета; 1996. 53 с.
6. Олійник Н. Жіноча преса в Україні: минуле та сучасність. Число ї. 2003;27:132–150.
7. Павлюх М. Практичні польські жіночі часописи Львова господарського характеру (1839–1940). Вісник Львівського університету. Серія Журналистика [Електронний ресурс]. 2014;39(2):77–81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2014_39%282%29_12 (дата звернення: 28.05.2017).
8. Смеюха ВВ, Такаянаги С. Развитие женской прессы России и Японии в начале XX в. Медиаскоп [Электронный ресурс]. 2016;2. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2104> (дата обращения: 22.04.2017).
9. Кононенко Є. Їхня наука виживання серед чоловіків. Критика. 1999;6:27–28.
10. Романюк ММ. Періодичні видання Північної Буковини роки національного відродження (1928–1937). В: Романюк НН, редактор. Збірник праць науково-дослідного центру періодики. Львів: [б. в.]; 1996. 196 с.
11. Зализняка О. Жіноча преса. В: Кубійович В, головний редактор. Енциклопедія українознавства: словникова частина. Том 2. [перевидання в Україні]. Львів: НОШ; 1993. с. 691–692.
12. Дроздовська О. Українські часописи повітових міст Галичини 1865–1939 рр.: історико-бібліографічне дослідження. Львів: Національна академія наук України, Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаника, Науково-дослідний центр періодики; 2001. 364 с.
13. Сидоренко НМ, Сидоренко ОО. «Життєві історії» – провідний жанр журналів для жінок в Україні. Культура народів Причорномор'я. 2007;101:208–212.

14. Барановська І. Журнал «Жіночі світ» у контексті жіночих видань України. В: Сидоренко НМ, редактор. *Журналістика. Випуск 2 (27)*. Київ: Інститут журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка; 2003. с. 168–171.
15. Маевская АЮ. *Глянцевый журнал в условиях глобализации массмедиа (российская практика)* [диссертация]. Санкт-Петербург: [б. и.]; 2015. 218 с.
16. Смеюха В. Женская пресса стран СНГ: типологические особенности в условиях медиаконвергенции. В: Дасаева ТН, редактор. *Международная журналистика-2012: современное состояние и направления развития. Материалы Международной научно-практической конференции; 17 февраля 2012 г.; Минск, Беларусь* [Электронный ресурс]. Минск: Издательский центр БГУ; 2012. с. 143–152. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/102053> (дата обращения: 22.05.2017).
17. *Отчет по дисциплине «Маркетинговые исследования» на тему «исследование предпочтений читательниц глянцевых журналов»*. [Электронный ресурс]. Тверь; 2012. URL: https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65625b3ac69b5d43a88421306d26_0.html (дата обращения: 22.04.2017).
18. Жукова АВ. *Женская пресса как фактор социализации личности* [диссертация]. Санкт-Петербург: [б. и.]; 1999. 135 с.

References

1. Why do we need magazines for women [Internet]. [Cited 2017 April 06]. Available from: http://www.semya-rastet.ru/razd/zachem_nuzhny_zhenskie_zhurnaly. Russian.
2. Sushkova EN. *Periodicheskie izdaniya dlya zhenshchin v Ukraine: dinamika razvitiya i kontseptual'nye osobennosti* [Periodicals for women in Ukraine: dynamics of development and conceptual features]. Sumy: SumDU; 2009. Russian.
3. Pavljukh MV. [«Dziennik myd paryskich» – the first polish magazine for women in Lviv]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky* [Sciences works of institute of journalism] [Internet]. [Cited 2017 April 03]. 2015;59:73–80. Available from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2015_59_14. Ukrainian.
4. Kokhanova YuE. [Promotion of the printed media in the information sphere]. *Moscow University Journalism Bulletin*. 2000;6:53–65. Russian.
5. Peredyrij VA, compiler. *Ukrai'ns'ki periodychni vydannja dlja zhynok v Galychyni (1853–1939 gg.)* [Ukrainian periodicals for women in Galychyna (1853–1939)]. Lviv: Meta; 1996. 53 p. Ukrainian.
6. Olijnyk N. [Press for women in the modern and past]. *Chyslo i'* [Magazine I]. 2003;27:132–150. Ukrainian.
7. Pavljukh MV. Practical polish womanish magazines of Lviv of economic character (1839–1940). *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* [Internet]. [Cited 2017 May 28]. 2014;39(2):77–81. Available from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2014_39%282%29_12. Ukrainian.
8. Smeyuha VV, Takayanagi S. The development of the Women's Press in Russia and Japan in the early 20th century. *Mediascope* [Internet]. [Cited 2017 April 28]. 2016;2. Available from: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2104>. Russian.
9. Kononenko E. *I'hnya nauka vyzhyvannja sered cholovikiv* [Their science of survival among men]. *Krytyka*. 1999;6:27–28. Russian.
10. Romaniuk MM. [Periodicals of the North Bukovyna] In: Romaniuk MM. *Zbirnyk prac' naukovo-doslidnogo centru periodyky* [Collection of works of research center of periodicals]. Lviv: [publisher unknown]; 1996. p. 196. Ukrainian.
11. Zalyznjakova O. [Press for women: encyclopedia]. In: Kubijovych V, editor. *Encyklopedija ukrai'noznavstva: Slovnikova chastyna. Tom 2. Perevydannja v Ukrai'ni* [reissue in Ukraine] Lviv: Nosh; 1993. p. 691–692. Ukrainian.
12. Drozdovs'ka A. *Ukrai'ns'ki chasopysy povitovyh mist Galychyny 1865–1939 rr.: istoriko-bibliografichne doslidzhennja* [The press of the cities of Galychyna]. Lviv: Nacional'na akademija nauk Ukrai'ny, L'vivs'ka naukova biblioteka im. V. Stefanyka, Naukovo-doslidnyj centr periodyky; 2001. Ukrainian.
13. Sydorenko NM, Sydorenko OO. «Lifestories» – leading genre in the magazines for women in Ukraine. *Kul'tura narodiv Prychornomor'ja* [Culture of the nations of Prichornomorie]. 2007;10:208–212. Ukrainian.
14. Baranovs'ka I. [Magazine «Zhenskii Mir» in the context of the periodicals for women in Ukraine]. In: Sydorenko NM, editor. *Zhurnalistyka. Vypusk 2 (27)*. Kiev: Insitute of Journalism; 2003. p. 168–171. Ukrainian.
15. Maevskaya AYU. *Glyantsevyi zhurnal v usloviyakh globalizatsii massmedia (rossiiskaya praktika)* [Glossy magazine in the context of globalization of mass media (Russian practice)] [dissertation]. Saint Petersburg: [publisher unknown]; 2015. Russian.
16. Smeyukha V. [Women's press of the CIS countries: typological features in conditions of media convergence]. In: Dasaeva TN, editor. *Mezhdunarodnaya zhurnalistika-2012: sovremennoe sostonnie i napravleniya razvitiya. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii; 17 fevralya 2012 g.; Minsk, Belarus'*. [International scientific-practical conference; 2012 February 17; Minsk, Belarus] [Internet]. [Cited 2017 May 22]. Minsk: Publishing House Belarusian State University; 2012. p. 143–152. Available from: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/102053>. Russian.
17. *Отчет по distipline «Marketingovyie issledovaniya» na temu «issledovanie predpochtenii chitatel'nits glyantsevykh zhurnalov»* [Report on the study of preferences of readers of glossy magazines] [Internet]. [Cited 2017 April 22]. Available from: https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a65625b3ac69b5d43a88421306d26_0.html. Russian.
18. Zhukova AV. *Zhenskaya pressa kak faktor sotsializatsii lichnosti* [Press for women as a factor of the socialization of the individual]. Saint Petersburg: [publisher unknown]; 1999 Russian.