

мування українського фемінізму, порушують теми призначення чоловіка та жінки в сучасному суспільстві, поступово стереотипізують гендерні образи, формують та визначають поведінку людини в суспільстві, відбувається формування і репрезентація уявлень про маскуліність і /або фемінність. (переважно жіночі журнали, інтернет видання, інформаційні програми українського телебачення та радіо, реклама)

2. ЗМІ, які відтворюють панорамну картину суспільства, подають всебічний аналіз та привертають увагу до того, що «рівність» статей призвела до скорочення життя, як жінок, так і чоловіків.

У центральній газеті «День» зазначається: «... в Україні існує гендерний дисбаланс. В Україні жінок аж на 3,5 мільйона більше, ніж чоловіків»; «... представники сильної статі зазнають психічної травми через втрату своєї традиційної природної позиції у суспільстві. Жінки, у свою чергу, страждають від нерозуміння з боку чоловіків та надмірного навантаження на роботі». Ця група ЗМІ є абсолютно нейтральною та безпристрасною (газети «Дзеркало тижня», «День», «Голос України»).

3. ЗМІ, які наголошують на тому, що вже назріла необхідність порушувати питання про взаємини статей не в формі «жіночого питання», а навпаки – «чоловічого питання». Останнім часом навіть почали порушувати проблему маскулізації жінок та фемінізації чоловіків. Здебільшого це питання порушується у партійних газетах, де лідером партії є чоловік: «... жінка бере на себе істотні риси чоловічої гендерної ролі, тобто виступає в ролі лідера, прагне бути сильною і незалежною, дозволяє собі почуття і прояв агресії, ставить перед собою й вирішує інтелектуальні завдання. При цьому губиться частина жіночих гендерних особливостей, які погано сполучаються з гендерно-рольовою чоловічою поведінкою: вона не може й не хоче здаватися слабкою, уступати, підкорятися» (газета «Української націонал-трудової партії»). Але ж, якщо подивитися ширше, то можна зробити висновок, що така поведінка жінок виховує у чоловіків залежність, пасивність, чоловіки втрачають самоповагу та впевненість у собі.

4. ЗМІ, які підкреслюють схожість чоловіків та жінок, у яких наявні андрогенні образи (газети «День», «Дзеркало тижня»).

Значну роль у розвитку цих протиріч відіграють стандарти масмедіа. Залежно від ступеню повноти інформації, особистого погляду та шаблонного мислення автора, а також ідеологічних штампів, що подаються у ЗМІ, формуються конструктивні чи деструктивні погляди для особистості та суспільства в цілому. Але наскільки такі погляди конструктивні чи деструктивні для особистості та суспільства взагалі, масмедіа не аналізують.

ЗМІ, висвітлюючи гендерну тематику, відіграють роль каналу формування гендерної парадигми сучасного та майбутнього, диктують та формують стереотипи свого часу та стають потужним засобом впливу на соціальну та культурну орієнтацію особистості.

Олена Пода

Інститут журналістики Київського національного університета
імені Тараса Шевченка

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ГЕНДЕРНОЇ ПРЕСИ В УКРАЇНІ

Поступ гендерного знання в різних наукових галузях в Україні рік від року доводить потребу в обміні гендерною інформацією. Для вітчизняного дослідника фактично єдиним джерелом пошуку великого масиву інформації такого типу є Інтернет. Роль преси в популяризації і поширенні гендерного знання настільки мінімальна, що подеколи складається враження, що її просто не існує. Наявну лакуну певною мірою намагаються заповнити збірники праць учасників наукових конференцій, які тематично і проблемно торкаються царини гендерної теорії і практики, частково часописи жіночих організацій, фрагментарно або тільки на рівні змістових акцентів певні питання представляються в масових жіночих і чоловічих журналах.

Подібна проблема існує не лише в Україні, але й на терені інших країн колишнього Радянського Союзу. Десь її взагалі не порушують, а десь, наприклад в Росії, намагаються докладати зусиль до розв'язання. «Адам & Ева», «Все люди – сестры», «Вы и мы», «Гендерные тетради», «Гендерные студии», «Преображение» – це неповний перелік назв різних типів журналів, альманахів, що періодично чи неперіодично з'являлися/з'являються на ринку російської преси.

Незалежний культурологічний часопис «І» чи не один з перших в Україні приділив увагу новому на пострадянському терені напрямку дослідження – гендерним студіям. Трьома тематичними випусками цього журналу редакторський і авторський колективи зробили неоціненний внесок у справу загального розвитку гендерних досліджень і гендерного просвітництва в Україні та довели, що порушення й обговорення проблем теорії і практики гендеру не може і не повинне замикатися на вузькому колі вчених та розпорошених публікаціях в різногалузевих академічних наукових журналах.

Перший тематичний випуск часопису «І» (Львів) – «Гендерні студії» («І», 2000, № 17) підтвердив політематичний і поліпроблемний, багатооб'єктний і багатопредметний характер гендерних досліджень, підкреслив і міжнаціональний вектор розвитку гендерології межі століть. Тому цілком зрозумілим є й змістове наповнення номеру – це спроба донести до аудиторії (яка не визначається як гендерно обізнана й зацікавлена) інформацію про загальну історію й теорію гендеру, специфіку галузевих досліджень та перспективи їх розвитку в майбутньому. Матеріали сімнадцятого числа «І» можна розділити за такими тематичними групами, як: фемінізм: історія, теорія, сучасний стан в Україні й у світі; суть терміна «гендер»; зміст гендерних досліджень; жіночі й чоловічі студії; художня творчість крізь призму чоловічого й жіночого авторства та статево маркованих проблем, порушуваних у творах. Розлогою є й авторська географія – Україна, Польща, Сербія, Хорватія, Німеччина, Франція, США.

Якщо в першому гендерно орієнтованому тематичному випуску часопису «І» більшість матеріалів висвітлювали історію й теорію фемінізму, то другий гендерний випуск, що вийшов через три роки під назвою «Фемінність та маскуліність» («І», 2003, № 27), показав багатовимірність і багатогранність гендерних студій. Журнал ніби складається з двох частин – жіночої і чоловічої.

Вихід тематичного випуску «І» «Фемінне та маскуліне» переконав у тому, що проблеми, порушувані дослідниками різних країн у гендерній площині не є штучними і вигаданими, їх виявлення, констатація і розв'язання на рівні науковому, економічному, соціальному, політичному – запорака життєздатності суспільного організму. І ще один важливий плюс. Публікація матеріалів довела, що гендерні студії не обмежуються лише колом жіночих проблем.

Третій тематичний випуск часопису вийшов з промовистою назвою «Гендер. Ерос. Порно» («І», 2004, № 33). Як наголошує головний редактор журналу Тарас Возняк, основний акцент тридцять третього числа – це аналіз еротичного чи близького до нього дискурсу, що заборонявся «попередніми культурними традиціями чи практиками мовного етикету... не варто забувати, що у дискурсі зафіксована та репродукується і гендерна стратифікація і практика українського суспільства. Сучасний український дискурс на загал мало розвивається, а у гендерному аспекті він і досі залишається ортодоксальним. Єдиними його прихистками стали скромні академічні курси, а не суспільні практики» [1, 3].

Порівнюючи «Гендер. Ерос. Порно» з попередніми тематичними числами часопису «І», варто відзначити серйозніший підхід до відбору ма-

теріалів історичного, теоретичного і методологічного характеру. Щодо поезії, прози і драматургії – емоції і враження, то справа суб'єктивна; на першому плані – має бути все-таки об'єктивний аналіз твору конкретного літературного напрямку.

Трьома тематичними випусками часопису «І» редакторський колектив довів, що праця в цьому напрямку є потрібною і вдячною, досліджуваний матеріал є політематичним і поліпроблемним (це історія й теорія гендеру та фемінізму, його філософія, психоаналітична призма, жіночі й чоловічі студії, маргінальний і квір дискурси). Кожний новий випуск засвідчив реальні кроки розвитку гендерних студій в Україні, показав шляхи наслідування і трансформації досвіду і традицій світової гендерології на національному ґрунті, проілюстрував потребу в необхідності видання спеціалізованих гендерних журналів як науково-популярного характеру (для масового читача), так і академічного плану (для вчених різних галузей наукового знання). На жаль, вихід одного на всю Україну наукового журналу Харківського центру гендерних досліджень «Гендерные исследования» не може задовольнити потребу в гендерній інформації. Тому, вірогідно, вітчизняні учені-гендерологи, журналісти-науковці і практики, видавці мають злагоджено і результативно спрацювати в процесі створення нових гендерних журналів в Україні.

1. Возняк Т. А навіщо все це? // І: Незалежний культурологічний часопис. – 2004. – Число 33. – С. 2–3.

Александр Свороб

Белорусский государственный университет

НЕКОТОРЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОФОРМЛЕНИИ ЗАГОЛОВЧНОГО КОМПЛЕКСА

В современном дизайне заголовков можно выделить несколько тенденций: техницизм (максимально упрощенное оформление, когда красота приносится в жертву); декоративность (подмена настоящей органичной красоты внешней); эстетизм (оформление, которому свойственна погоня за красотой); функционализм (художественное направление, которое объединяет в себе ценные черты названных направлений и включает как красоту подачи, так и пользу).

Последняя тенденция в оформлении заголовков достаточно прогрессирующая. Ее придерживаются такие издания, как «СБ», «Республика»,