

Роль и место изданий для женщин в современной медиасистеме России и Белоруссии

Научный руководитель – Смирнова Ольга Владимировна

Бойко Вера Николаевна

Выпускник (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: vera.efimovich@yandex.ru

В докладе представлены результаты исследования, имеющего цель - определить степень присутствия и роль изданий для женщин в медиасистеме России и Белоруссии, их типологические характеристики, а также оценить содержание с точки зрения потребностей женской аудитории.

Актуальность подобного исследования связана с тем, что женские журналы в этих регионах, объединённых общей историей и экономической близостью, а с другой, - имеющих национальное своеобразие, менялись на протяжении XX-XXI веков, как системно, так и относительно своих задач. Представляется важным зафиксировать их современное состояние, поскольку они также выполняют важную функцию социализации женщин. Потребность в женских изданиях и публикациях на женские темы в общей прессе диктуется общественными потребностями, местом и ролью женщины в процессах воспроизводства и функционирования социальной системы.

В первой половине XX века произошёл заметный всплеск количества журналов для женщин, однако, необходимо отметить, что эти издания носили идеологический характер и выполняли пропагандистские задачи. Несмотря на идеологизированность, сложилась широкая система женской периодики [1].

В результате кардинальных политических трансформаций конца XX века изменились и гендерные системы, и гендерно ориентированные издания. Прошедшие 30 лет и мировой технологический скачок значительно дополнили их современными чертами. Несмотря на примерно унифицированное содержание женских изданий, издания в каждой из стран обладают местными отличиями, связанными с культурными традициями.

В ходе исследования были выявлены оригинальные журналы (не являющиеся адаптациями международных) в России (18 региональных и более 20 федеральных) и Белоруссии (7 республиканских). В обеих странах преобладают онлайн-издания, степень цифровизации вообще высока: журналы имеют сайт, 1-2 аккаунта в социальных сетях (преобладают «ВКонтакте» и Instagram). Однако, полноценное ведение социальных сетей для небольших редакций затруднительно. В интервью главный редактор журнала Bellissimo (Нижний Новгород) признался, что на социальные медиа им не хватает ресурсов, материалы выкладываются по остаточному принципу.

В Белоруссии с 1999 года выходит «Женский журнал», - первое белорусское глянценое издание для женщин. Интересен заявленный принцип - «уйти от типичного гламурного «глянца», который в большом количестве представлен на рынке и уже выходит из моды. Мы создаем журнал, отражающий разносторонние интересы женской аудитории, которая сегодня не ограничивается модой и косметикой, хочет жить интересной, насыщенной жизнью, готова не только воспринимать чужие идеи, но и предлагать свои». Как крупной редакции, им удаётся вести профили журнала в социальных сетях, делая упор на Instagram (13,6 тыс. подписчиков).

Тем не менее сегодня они, как и другие традиционные СМИ, испытывают значительные трудности (падение тиражей, сокращение рекламных бюджетов). Многие издания закрылись в пандемию, часть перешла исключительно в цифровой формат. Часть изданий была закрыта учредителями в связи с нерентабельностью (пример волгоградского журнала для родителей «Умка»), часть - изменила свою направленность на рекламную (журнал Bellissimo, Нижний Новгород).

Источники и литература

- 1) Минаева О. В. Формирование и развитие системы периодических изданий для советских женщин в 1917-1941 гг.: дис. ... канд. фил. наук: 10.01.10. - М., 2016.