

ЖЕНСКАЯ ПРЕССА: ИСТОРИКО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ РАКУРС РАССМОТРЕНИЯ

К. В. Марчан

Институт гуманитарного образования и информационных технологий

Поступила в редакцию 2 октября 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается краткая история возникновения и формирования особого типа издания — женской периодики — до 1990-х гг.

Ключевые слова: женская пресса, журналы «глянцевого» формата, литературные женские журналы, литературно-общественные журналы, педагогические журналы, женские журналы мод, домоводства и рукоделий.

Abstract: the article deals with a brief history of the emergence and formation of a special type of publication — women's periodicals — until 1990.

Keywords: women's press, magazines of "glossy" format, literary women's magazines, literary and public magazines, pedagogical magazines, women's fashion magazines, home Economics and needlework.

Сегодня отечественный рынок печатных средств массовой информации насыщен изданиями, ориентированными на женщин. При этом с типологической точки зрения в данном сегменте периодической печати необходимо изначально выделить: **собственно женскую прессу** как специфическую информационную нишу; те издания, в которых **женская аудитория преобладает: биографические** журналы («Караван историй», Story, «Gala. Биография» и др.); **информационно-развлекательные еженедельники о жизни знаменитостей** (Hello!, OK!, StarHit, «Тайны звезд» и др.). Важным данное размежевание является потому, что предполагает разный тематический контент и целевые установки, влияет на характер информирования и методы воздействия на аудиторию. В данной статье мы подробно рассмотрим издания для женщин.

Необходимо сразу отметить многочисленность существующих изданий и одновременно с этим их тематическое однообразие и преимущественно развлекательную направленность. В настоящее время на информационном рынке России среди женских периодических изданий в количественном отношении преобладают **журналы «глянцевого» формата** (Cosmopolitan, Glamour, Vogue, «Домашний очаг» и др.), прежде всего международные и общенациональные, круг интересов которых — это мода, красота, взаимоотношения полов, психология, досуг. Их лидирующие позиции объясняются просто: устойчивый спрос среди целевой аудитории обеспечивает высокие тиражи и стабильную прибыль, в первую очередь от реализации рекламных площадей. Такая ситуация стала складываться еще в 90-е годы XX в.

В связи со стремительным развитием и распространением женской печати на рубеже XX–XXI вв. изучением нового сегмента информационного рынка занялся ряд отечественных исследователей. Первые публикации, посвященные данной теме, были сделаны Р. М. Ямпольской и фокусировались на вопросах типологических особенностей женской прессы [1]. В дальнейшем появились диссертационные работы Лу Мими, А. В. Жуковой, В. В. Смеюхи, Е. А. Пленкиной и др. [2]. На сегодняшний день наиболее полно и разносторонне специфику, функционирование и историю становления женских СМИ в России рассматривает доктор филологических наук В. В. Смеюха [3].

Исторически женская пресса развивалась в двух основных направлениях: **качественные** издания просветительского/воспитательного толка (вариации: литературные, литературно-общественные, педагогические, социально-политические, идеологические и проч.) и **массовые**, ориентированные на прикладную, развлекательную тематику (мода, рукоделие, домоводство, взаимоотношения полов и т.д.). Причем более успешными во все времена, естественно, были последние, в их структуре лишь расширялся спектр тем и изменялись задачи.

Первым в истории печати изданием для женщин стал еженедельник The Ladies Mercury издателя и журналиста Джона Дантона, вышедший в Лондоне 27 июня 1693 г. Он представлял собой всего один лист, пропечатанный с обеих сторон. Журнал, по словам редактора, затрагивал «самые очаровательные и занимательные вопросы, касающиеся любви, замужества, стиля поведения, одежды и женского юмора». Именно в этом издании впервые появилась знаменитая колонка вопросов и ответов. Интерес к таким журналам публика проявила сразу. В начале XVIII в. в Европе выходило уже несколько изданий, преиму-

щественно посвященных моде: немецкий *Journal des Luxus und des Moden*, английские *The Lady's Magazine* и *Gallery of Fashion*, а во Франции одновременно издавались сразу четыре журнала [4].

В России идея выпускать журнал, адресованный женской аудитории, принадлежала издателю Н. И. Новикову. В 1779 г. он основал «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета» — первый женский литературный журнал. Журнал носил скорее дидактический характер. В отличие от европейских аналогов редактор журнала обозначил иные цели выпуска: «Доставить прекрасному полу в свободные часы приятное чтение, почему и будут в оном помещаться только такие сочинения или переводы, кои приятны или забавны». Страницы его заполнялись сказочками, анекдотами, идиллиями, эклогами, песнями, эпиграммами, загадками, да прилагалось «и о том старание, чтобы сообщаемо было о новых парижских модах» [5].

Новиков, воспитанный на традициях эпохи Просвещения, посредством своих изданий стремился помогать читателям в их духовном развитии. Среди отечественных издателей именно Новиков начал развивать специализированную прессу, которая предназначалась разным категориям читателей. Точечного воздействия на целевую аудиторию издатель стремился достигать за счет узконаправленной специализации каждого печатного органа, которые создавал, и, можно сказать, индивидуального подхода. Так, в женском журнале особое внимание было уделено оформлению — целенаправленное воздействие именно на женскую аудиторию: «Журнал Новикова был роскошным изданием: в то время как большинство журналов XVIII в. печаталось на шершавой серой бумаге, издатель “Модного ежемесячного издания...” часть тиража выпускал на веленовой бумаге, все номера были украшены, помимо картинок, виньетками, владельческим знаком издателя (две буквы “НН” в окружности) — Новиков завел особый цех художников, гравиров» [6, 27].

Типологическое нововведение Новикова, связанное с узкой направленностью периодических изданий, а значит, специализацией по тематике или аудитории, наложило отпечаток на дальнейшее развитие журналистики в целом. В связи с этим, возвращаясь к женской печати, нужно отметить дифференциацию первых изданий для женщин, появившихся в начале XIX в. Исследователь В. В. Смеюха отмечает тематический принцип классификации женской периодики этого периода и предлагает деление на следующие типы изданий:

— **литературные женские журналы** («Модное ежемесячное издание» (1779), «Журнал для милых, издаваемый молодыми людьми» (1804), «Кабинет Аспазии» (1815), «Дамский журнал» (1823–1883), «Лучи» (1850–1860));

— **женские журналы мод, домоводства, рукоделий и литературы** («Магазин английских, фран-

цузских и немецких новых мод» (1791), «Модный вестник» (1816), «Ваза» (1831–1884), «Гирлянда» (1846–1860) и др.).

Первый тип отличался яркой культурно-просветительской направленностью, наполнение таких журналов составляли литературные и публицистические материалы по вопросам литературы, истории, философии — все это отражало интересы узкой на тот момент образованной прослойки женского населения, что придавало журналам элитарный характер. В то время как второй тип изданий был ориентирован на более массовую аудиторию и предлагал, соответственно, иной набор тем, направленный на семейные, личные интересы женщин; позже добавилась функция развлечения, что и гарантировало им в дальнейшем залог популярности у женской аудитории [7].

Подобная ситуация в данной типологической нише очень точно определяет приоритеты большей части женского населения как в прошлом, так и в настоящем. Отраслевая печать для женщин всегда ориентировалась в первую очередь на решение прикладных задач и реализацию утилитарных, бытовых интересов. Этим можно объяснить и то, что уже во второй половине XIX в. выпускаются новые журналы, адресованные профильным группам («Вестник моды для портних», «Модный курьер», «Модистка», «Акушерка»); а также выходят тематические издания «Русская хозяйка», «Новый русский базар», «Модный свет», «Моды и рукоделия». В это же время продолжает углубляться специализация изданий по интересам и по возрастному критерию: «Рассвет» (универсальный, рассчитанный на широкую аудиторию), «Лучи» (для девушек), «Мой журнал» (для девочек), «На помощь матерям» [8, 156].

Эволюция женской прессы неразрывно связана с положением женщины в обществе в различные исторические периоды. Если на первоначальном этапе формирования этой типологической ниши женщине отводилась пассивная роль в жизни социума, что отражалось и в структуре, и в тематике первых изданий, а также сказывалось на их количестве и небольших тиражах; то с распространением в середине XIX в. феминистских взглядов активизировалось и движение за эмансипацию женщин, а вслед за этим в том же направлении стала развиваться и периодическая печать.

С распространением женского образования более регулярно стали выходить и женские журналы, в том числе профильные, например «Женское образование». Женщины берут управление в свои руки и становятся редакторами, издателями. Изменяется не только содержание, но и оформление изданий, в частности появляются иллюстрации. Параллельно с массовыми изданиями складывается особый тип **литературно-общественного журнала** для женщин («Рассвет», 1859–1862 гг.; «Женский вестник», 1866–

1868 гг., «Друг женщин», 1882–1884 гг.), отдельную группу представляет **педагогический журнал** («На помощь матерям», 1894–1904 гг.).

Но в количественном отношении во второй половине XIX в. все типы женской прессы превосходят **журналы мод, домоводства, рукоделия и литературы**: «В Петербурге выходили “Русская хозяйка” с подзаголовком “Домоводственный журнал” (1861–1862), “Модный магазин” (1862–1883), “Русский базар” (1863–1866), “Новый русский базар” (1867–1894), “Модный свет” (1868–1883), “Модные выкройки” (1872–1882), “Моды и рукоделия” (1875–1880), “Женский труд” (1880–1882), “Вестник моды” (1885–1916), “Венский шик” (1899–1908), “Модный курьер” (1900–1910), “Иллюстрированный журнал белья и рукоделия” (1901–1907) и др. В Москве в 1860 г. появился “Монитор. Журнал для дам и девиц, посвященный женскому хозяйству, рукоделиям, модам” (1860–1861)» [9, 48].

Первые годы XX в. ознаменовались существенными переменами в типологии русской журналистики, что отразилось и на женской периодике, а именно: сложился новый тип **женского политического журнала** («Женский вестник», 1904–1917 гг.; «Союз женщин», 1907–1909 гг.; «Работница», с 1914 г.). Политическая обстановка в стране требовала привлечения новых сил к продвижению идей революции, в числе которых было и отстаивание равноправия и свобод для женщин. Политические журналы активно взялись за подключение женского населения к «классовой борьбе», одной из основных тем публикаций была социально-политическая деятельность женщин. Однако несмотря на явную злободневность подобного рода изданий, круг их читательниц был весьма узок, а численность мала. Большинство женской аудитории по-прежнему нуждалось прежде всего в удовлетворении утилитарных потребностей.

Наиболее востребованными в начале XX в. все же оставались массовые издания, которые затрагивали широкий круг проблем и интересов женщины, представляли ее исконные роли в обществе — это были **литературно-общественные журналы универсального типа и издания мод, домоводства и рукоделий**. И особенно интересно отметить еще одно новое направление, возникшее в женской журналистике того периода, о котором пишет исследователь Е. Ю. Коломийцева: «...ученические издания, или журналы барышень, как их называли: “Начало” (1906–1911), “Пчелка” (1909–1915), “Ручеек” (1913–1914), “Наш друг” (1911–1914) и др. появились при различных женских учебных заведениях. Это была своеобразная школа юного журналиста, где оттачивали перья будущие писательницы и публицистки» [10, 165].

С приходом советской власти систему средств массовой информации затронули серьезные структурные и типологические трансформации: в органи-

зации их деятельности стал преобладать принцип иерархической вертикали, предполагавший деление органов печати на **центральные**, которые рассматривались как приоритетный сектор и чья информационная повестка жестко регламентировалась ЦК КПСС, и **региональные/местные** (краевые, областные, городские, районные, сельские и т.п.), которые в своей деятельности соответственно ориентировались на политику первых, но с учетом местной специфики, обычаев и традиций регионов. По такому же образцу стала складываться и система женской периодики.

Основными женскими изданиями советского периода стали журналы «Работница», «Крестьянка», «Советская женщина». Кроме того, выходило 17 республиканских, а также иллюстрированные журналы мод. После войны к ним добавились два международных — орган Международной федерации женщин «Женщины мира» и советско-индийский журнал для женщин «Диалог» [8, 156].

В годы становления советской власти содержательное наполнение женской периодической печати отражало и реализовывало идеологические установки по формированию образа советской гражданки: в первую очередь труженицы и общественницы. Постепенно, как не отвечающие задачам партии, из информационного пространства женской прессы уходят типы массового литературно-общественного журнала и изданий, посвященных моде, домоводству и рукоделию. Их место прочно заняли общественно-политические журналы (например, журнал «Общественница», 1936–1941). Хотя в 1930-е гг. выходило несколько модных журналов: «Костюм и пальто» (1935–1942), «Модели сезона» (1936–1941), «Моды» (1937–1941). Но данные издания не были рассчитаны на широкую аудиторию [11, 25].

Во время Великой Отечественной войны многие женские издания приостановили свою деятельность: вся журналистика была направлена на поддержание морально-боевого духа армии и мобилизацию трудовых ресурсов, а возродившиеся после женские СМИ расширили диапазон тематики и проблематики. В период оттепели на их страницах рождается обновленный образ соотечественницы: «Наряду с профессиональными качествами стал рассматриваться ее духовный мир». В 1980-е гг. происходит **модификация типа общественно-политического женского журнала в издание для женщины и ее семьи**: это выразилось в появлении приложений для семьи, рубрик по домоводству, рукоделию, воспитанию, психологии [7].

В годы перестройки читательницам был открыт журнал немецких домохозяек *Burda Moden*, который колоссально отличался от привычных отечественных изданий по содержанию и красочному оформлению, показывал им незнакомый быт и потому имел оглушительный успех у аудитории. Особый

интерес вызывало наличие в нем выкроек для моделей одежды. Burda Moden стал первым зарубежным изданием, оказавшим влияние на дальнейшее развитие отечественной женской периодики. Вслед за ним эстафету переняли крупные международные издательства, пришедшие уже на российский информационный рынок в 1990-е годы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ямпольская Р. М. Новое в системе изданий для женщин // Журналистика в 1991 г. — М., 1992; Ямпольская Р. М. Быть или не быть женской прессе // Журналистика в 1992 г. — М., 1993; Ямпольская Р. М. Тенденции развития типологической структуры женской прессы // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. — 1995. — № 6; Ямпольская Р. М. Женская пресса: Основные проблемно-тематические направления // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. — 1997. — № 4 и др.
2. Лу Мими. Женская печать: эволюция типологической структуры в условиях реформирования общества: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Лу Мими. — М., 1998; Жукова А. В. Женская пресса как фактор социализации личности: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. В. Жукова. — Санкт-Петербург, 1999; Боннер-Смеюха В. В. Отечественные женские журналы: историко-типологическое исследование: автореф. дис. ... канд. филол. наук / В. В. Боннер-Смеюха. — Ростов-на-Дону, 2001; Пленкина Е. А. Элитарный женский журнал: типологические и профильные особенности: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Пленкина. — М., 2004.
3. Смеюха В. В. Отечественные женские журналы. Историко-типологический аспект: монография. — Ростов-на-Дону, 2011; Смеюха В. В. Женские СМИ и новые медиа: учеб-

ное пособие / В. В. Смеюха. — Ростов-на-Дону, 2015.

4. Кондратьев М. Первый «модный журнал» основал мужчина... для мужчин / М. Кондратьев // Правда. Ру. — 27.06.2010. — Режим доступа: <https://www.pravda.ru/society/27-06-2010/1037765-magazine-0/> (дата обращения: 11.09.2018).
5. Журналы Н. И. Новикова 1770–1780-х годов // История русской журналистики XVIII–XIX веков / Под ред. А. В. Западова. — Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text3/03.htm#%D0%B7_11 (дата обращения: 11.09.2018).
6. Пирожкова Т. Ф. Журнал для «прекрасного пола» / Т. Ф. Пирожкова // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. — 1994. — № 6. — С. 27–36.
7. Смеюха В. В. Отечественные женские журналы: классификационно-типологический аспект (1779–2000 гг.) / В. В. Смеюха // Гуманитарные и социальные науки. — 2011. — № 5. — Режим доступа: <http://www.hses-online.ru/Actual.html> (дата обращения: 12.09.2018).
8. Свитич Л. Г. Издания для женщин / Л. Г. Свитич // Типология периодической печати: учебное пособие для студентов вузов / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М., 2009. — С. 156–170.
9. Смеюха В. В. Отечественные женские журналы. Историко-типологический аспект: монография. — Ростов-на-Дону, 2011.
10. Коломийцева Е. Ю. Особенности развития женских журналов в России начала XX века / Е. Ю. Коломийцева // Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире: Сборник матер. науч.-практ. конф. — Москва, 2010. — С. 164–165.
11. Смеюха В. В. Женские СМИ и новые медиа: учебное пособие / В. В. Смеюха. — Ростов-на-Дону, 2015.

Институт гуманитарного образования и информационных технологий (Москва)

Марчан К. В., кандидат филологических наук, старший преподаватель

E-mail: tulupovak@yandex.ru

Institute for the Humanities and Informational Technologies (Moscow)

Marchan K. V., Candidate of Philology, Senior Lecturer

E-mail: tulupovak@yandex.ru