

Н. О. Клименко,
канд. філол. наук

УДК 007: 304: 070

Вербальна репрезентація образу батька на сторінках журналу «Хорошие родители»

У статті зроблено спробу відслідкувати способи вербальної репрезентації, визначити специфіку конструювання, виокремити складові модернізованого образу батька, представленого на сторінках журналу «Хорошие родители».

Ключові слова: глянцеві журнали, родинно-побутові часописи, жанрово-тематичний аспект, образ батька, вербальна репрезентація.

Журнальна індустрія на початку ХХІ ст. знаходиться у розквіті. Про це свідчать все нові й нові журнальні видання, що з'являються на вітчизняному ринку преси.

Щотижневі часописи, глянцеві видання демонструють стійкий платоспроможний попит з боку аудиторії і постійну зацікавленість рекламодавців, мають серйозні перспективи щодо подальшого розвитку й ускладнення своєї типологічної структури. На сьогодні ці перспективи пов'язані зі створенням спеціалізованих видань, орієнтованих на аудиторні (різні вікові, соціальні категорії читачів) і тематичні (наприклад, універсальні журнали рекомендацій, порад для батьків; спеціалізовані з питань розвитку, здоров'я, харчування дітей тощо) ніші.

Говорячи про згадуваний сегмент журнального ринку, варто зауважити, що він представлений великою кількістю видань для сім'ї і родини: «Твой малыш», «Хорошие родители», «Мама и я», «Мама и я. Вопросы и ответы», «Питание малыша», «Здоровье малыша» (видавничий дім «Edipresse Ukraine»), «Мой ребёнок», «Между нами мамочками» (видавничий дім «Burda Ukraine»), «Мир семьи» (власний український проект), «Полезные советы для добросовестных родителей» (запорізьке регіональне журнальне видання) тощо. Зазначені журнали позиціонують себе як видання-порадники і видання-помічники у догляді та вихованні дитини, налагодженні подружніх та сімейних стосунків, збереженні фізичного і психічного здоров'я як жінки, так і дитини.

Із названих видань цікавий науково-дослідницький та прикладний інтерес викликає журнал «Хорошие родители», який промовисто позиціонує себе як «Експерт в воспитании детей от рождения до 7 лет!» (що зазначено на обкладинці кожного номера) і є «единственным глянцевым журналом для родителей в Украине!»

(як написано на сайті видання). Сучасний глянець для батьків закликає виховувати «здоровых, счастливых, успешных» дітей і робити це за його допомогою.

Як відомо, сьогодні ЗМІ «не “подстраиваются” под ожидания публики, а формируют их» [1, 103]. Це стосується, насамперед, і глянцевих журнальних видань, які створюють певні образи, що поступово відшліфовуються і стають стереотипними, формують певні соціальні ролі і способи поведінки, пропонують і нав'язують певні правила і стилі взаємовідносин, і взагалі виступають свого роду ціннісним орієнтиром щоденного побутового життя. Завдяки глянцю як атрибуту, артефакту масової культури відбувається надто швидке поширення тиражованих зображень, виробництва і споживання вербальних і візуальних створених образів. Як зауважують дослідники Ю. О. Голоднікова і М. А. Карташова, «жіноча періодика стає транслятором модернізованих образів жінок і чоловіків, дітей і сім'ї, політики й держави» [2, 32], саме тому цікаво відслідкувати способи вербальної репрезентації, визначити специфіку конструювання, виокремити складові модернізованого образу батька, представленого на сторінках журналу «Хорошие родители», що і є метою нашої роботи.

Аналіз останніх журналістикознавчих досліджень свідчить про те, що й раніше були поодинокі дотичні наукові розвідки, як-от: спроби виявити характерні особливості репрезентації образу сім'ї в жіночій журнальній періодиці України (публікація Ю. О. Голоднікової і М. А. Карташової [2]), охарактеризувати зміст образу батька, створеного радянськими ЗМІ (статті А. Є. Звонарьової [3; 4]). Але, *по-перше*, вони мають більш узагальнений характер, а, *по-друге*, виконані на матеріалі радянської преси і мають більше історико-пізнавальну функцію, аніж відображають сучасний стан справи щодо образно-репрезента-



ційної, проблемно-тематичної, жанрової наповненості родинно-побутових видань. Останнє безумовно свідчить про актуальність пропонованої наукової розвідки.

Як відомо, у неповній родині гармонійний розвиток дитини практично неможливий. У той час як мати формує емоційний світ дитини, створює умови та стимули для внутрішнього розвитку, – батько завжди втілює авторитет, уособлює сферу моралі, прищеплює вміння загальної орієнтації у зовнішньому світі, створює захист від девіантних суб'єктивних хитань.

Останнім часом не припиняються палкі дискусії щодо кризи сучасної родини взагалі [5; 6; 7] і визначенні ролі батька в організації сімейного життя та вихованні дітей зокрема [8; 9; 10; 11]. Проявами кризи інституту сім'ї вважають падіння народжуваності, нестабільність сім'ї, зростання кількості розлучень, поява великої кількості бездітних сімей, свідомо відмова від народження єдиної дитини; масова відмова від дітей тощо. Показником кризи сім'ї виступає також різке скорочення кількості узаконених шлюбів і одночасно активне зростання позашлюбної народжуваності.

Однією з найважливіших причин руйнування інституту родини відомий соціолог-антрополог І. С. Кон небезпідставно називає «кризу батьківства», яку, на його думку, можна розглядати і як аспект кризи сім'ї, і як аспект кризи маскуліності [10, 4]. У численних працях зазначеного дослідника [10; 12; 13; 14], а також у роботах інших вчених [7; 8; 9; 11] послідовно виявляються і обґрунтовуються певні тенденції і процеси щодо цих явищ: зростання безбатьківщини, постійна тривала відсутність батька у родині, незначна кількість і бідність контактів батька з дітьми порівняно зі спілкуванням дітей з матір'ю; педагогічна некомпетентність татусів у питаннях виховання дітей; їхня незацікавленість і неспроможність здійснювати виховні функції, догляд за немовлятами тощо. Вчені вказують на реальне, швидке і доволі загрозливе послаблення батьківського елементу (першооснови) в батьківстві як такому.

Звичайно, у процесі історичного розвитку суспільства змінювалися уявлення про батьківство і погляди на поведінку і статус батька у родині (залежно від культури, історичного періоду, політичного режиму, соціальної політики держави тощо). Як зауважує І. С. Кон: «В зависимости от особенностей того или иного общества, нормативный образ отца включает в себя несколько ипостасей: а) персонификация власти, б) кормилец, в) высший дисциплинатор, г) пример для подражания сыну, а иногда и непосредственный его наставник в общественно-

трудовой деятельности» [10, 5]. Окрім того, вчений виділяє три важливих параметри взаємодії батька з дитиною: 1) участь у безпосередньому догляді за дитиною, спілкування, ігри з нею; 2) доступність батька для дитини; 3) відповідальність за виховання дитини й прийняття у зв'язку з цим відповідних рішень.

У патріархальному доіндустріальному суспільстві шлюб і батьківство були обов'язковими складовими чоловічої ідентичності. «Гарний батько» виступав втіленням влади й інструментальної ефективності. До його безумовних обов'язків не входив догляд за дітьми, але вони, особливо хлопчики, багато часу проводили з ним, працювали під його керівництвом. Далі, як зауважує І. С. Кон, «...под давлением таких факторов, как женское равноправие, вовлечение женщин в профессиональную работу и пространственная разобщенность труда и быта, традиционные ценности отцовства ослабевают» [10, 5]. Сьогодні традиційні цінності батьківства взагалі маргіналізувалися, оскільки питання шлюбу, народження дитини стали справою вільного вибору, поширилося незареєстроване партнерство.

Можна констатувати, що зміст сучасних родинно-побутових видань «Твой малыш», «Хорошие родители», «Мой ребёнок», «Мир семьи» по-своєму відображає соціальні трансформації, що мають місце у сфері родинних стосунків, як-от презентує «...демократичний погляд... на моделі сімейних стосунків – це «щаслива повна сім'я», «мати-одиначка» й модель «батьки розлучені» [2, 34], у будь-якому з трьох сценаріїв, «акцентуючи на позитивному ставленні до життя і можливостях зростання та навчання» [2, 34]. У зв'язку з цим важливо відслідкувати як змінюється стратегія створення образу батька у сучасному глянцево-виданні для батьків порівняно із родинно-побутовими виданнями радянського періоду.

За цікавими спостереженнями А. Є. Звонарьової, якщо у радянський період у пресі був наявний «...образ “отца-государства”, которое всегда стоит на страже интересов матери и ребенка, всегда понимает заботы и нужды матери» [3, 65], який складав 34,6 % від усього образу батька, представленого на сторінках журналів для родини того часу («Работница», «Крестьянка», «Семья и школа»), то «...пропаганда в 1950–1980-е годы конструирует образ “реального” отца как личности, которая ответственна перед государством за воспитание нового поколения» [3, 73]. Дослідниця підкреслює, що пізній радянський період є особливим в конструюванні образу батька. Умовно його можна позначити як «повернення батька у родину» [3, 73]. Проаналізувавши родинно-побутові видан-



ня цього часу, А. Є. Звонарьова зазначає, що складовими позитивного образу батька на сьогодні стають такі елементи: активна допомога жінці у виконанні домашніх обов'язків: миття посуду, приготування вечері, здійснення покупок тощо; героїчне минуле батька; особлива увага батька до трудового виховання дитини (батько повинен був привчати дітей до праці, прищеплювати їм любов до праці (не тільки до домашньої, а й до суспільно-корисної). Все це робити на власному прикладі і власним прикладом. Дослідниця приходиться до висновку, що з точки зору тодішньої журнальної періодики саме батько повинен був підготувати дітей до дорослого трудового і суспільного життя [3, 72].

За твердженням вітчизняних вчених Ю. О. Голоднікової і М. А. Карташової, сучасне видання для батьків «Хорошие родители» «вербально позиціонує чоловіка як лідера, який формує енергетичний “кокон” сім'ї, володіє неабияким творчим мисленням, піклується про дружину; який змістовно проводить час із дітьми, – такий образ у жіночій періодиці з'являється вперше й постає казковим, “кіношним”» [2, 34]. Спробуємо дещо уточнити у цьому твердженні, дещо підкріпити аргументованими судженнями, спираючись на приклади, залучивши жанрово-тематичний аспект розгляду особливостей вербальної репрезентації образу батька на сторінках зазначеного глянцевого часопису.

Отже, за слушним зауваженням вказаних дослідників, вже на фотографіях журналу «Хорошие родители» домінують мати й дитина [2, 35]. За вісім років існування видання сюжет «батько і дитина» з'являється на обкладинці тільки декілька разів (наприклад, на обкладинці № 2 за 2013 р. представлений молодий гарний фотогенічний батько, схожий на відомого голлівудського актора, із таким самим гарним усміхненим білявим малюком). Така практика видання пояснюється умовами конкурсу «Семья с обложки», які характеризуються гендерною дискримінацією по відношенню до чоловіка як батька. Згідно з цими умовами редколегія просить надсилати «качественные портретные фотографии мамы и ребенка», у той час, як портретні фото батька з дітьми, чи взагалі усієї родини до участі у конкурсі не приймаються.

Можемо стверджувати, що одним із способів вербальної репрезентації образу батька на сторінках журналу «Хорошие родители» є відсутність його представлення взагалі, планомірна незгадуваність про нього, наприклад, у матеріалах такого жанру, як лист головного редактора (поряд із постійним згадуванням вмінь, позитивного досвіду власної матері, бабусі головний редактор журналу Влада Барсукова ніколи не апелює до досвіду, пов'язаного із стосунками з

власним батьком). Із восьми вибірково проаналізованих номерів у листах редактора батько згадується лише двічі і то у якості об'єкта глузування (у першому випадку головний редактор від імені редколегії з гумором озвучує пораду батькові: «Папе предлагаем поиграть в машинки, потом поменяемся ролями с мамой и научиться подавать хороший пример малышне» [15, 3]; у другому – іронізує над чоловічими захопленнями щодо читання: «Лучший подарок – книга. В папином случае это толстая инструкция к технической новинке!» [16, 3]).

Лист головного редактора виступає не лише засобом спілкування з аудиторією, а й інструментом ефективного впливу на масового читача. Комунікативною метою цього постійного жанру жіночого глянцевого є спроба проінформувати про основний зміст номера і зацікавити, заінтригувати поточними матеріалами видання. Використовуючи довірливий, дружній спосіб викладу, моделюючи діалогічну побудову листа, апелюючи до досвіду рідних, друзів, знайомих редакторка намагається викликати довіру в аудиторії, через незгадуваність позитивного батьківського досвіду помилково запевнюючи її у тому, що єдиним «хорошим родителем» є жінка-мати.

Із жанром листа в аналізованому виданні пов'язана також постійна рубрика «Почтовый ящик», яка є одним із конкурсних проєктів журналу і зазвичай містить листи читачок-переможниць, що змогли розібратися у складному призначенні материнства і тепер діляться позитивним батьківським досвідом. Згадана рубрика репрезентує чоловіка як не автора листів, як не вихователя своїх дітей, бо із зазначеної вибірки можна нарахувати лише один лист, підписаний автором-батьком, у якому, однак, йдеться не про цікавий досвід батьківства, а про проблему-питання до редакції («как воспитать мальчика настоящим мужчиной и когда начинать?»).

Звичайно, у процесі аналізу репрезентації образу батька важливим також є не просто факт наявності чи відсутності його представлення як такого на сторінках родинно-побутового видання, а й пропозиція журналом «Хорошие родители» стилів батьківської поведінки, вирішення ним питання щодо коректного формування батьківських практик, позитивного батьківського досвіду. У цьому ракурсі доволі показовою є стаття одного з редакторів журналу під назвою «Особенности национального воспитания», вміщена у постійній рубриці «Тема номера» (2013, № 2). Вказана інформаційна стаття носить пізнавально-розважальний характер із домішкою порад та рекомендацій і репрезентує варіативність батьківських сценаріїв, наявних у культурах різних народів світу.



Загальновідомий є той факт, що написання тематичних статей «подразумевают, что автор должен управлять фактами – посредством отбора, структуры и оценки – и не допускать, чтобы факты управляли им» [17, 125]. У цьому випадку факти автором Іриною Лесь були відібрані таким чином, що складається враження про нівелювання призначення, остаточну деградацію ролі, функцій чоловіка-батька у вихованні власних дітей. Про це свідчать такі фрази: «роль папы у арабов состоит в том, что он наставляет и воспитывает свою супругу...»; «за воспитание дочерей отвечает исключительно мать»; «лишь две трети японцев женятся. Заводят обычно одного малыша. Ухаживает за ним мама»; «На Ямайке и в некоторых других латиноамериканских странах полная семья – редкость. Обычно у мужчины несколько женщин, которые воспитывают от него детей. Часто он скрывает свою привязанность к семье от посторонних, чтобы не навлечь на них неприятности из-за занятия полулегальным бизнесом»; «мужчины Северной Европы не спешат обзаводиться статусом отца: лишь у трети скандинавских ребятшек есть папы (хотя все больше юных шведов и норвежцев имеют сразу двух пап и ни одной мамы)» тощо. Із шести прикладів традиційних батьківських практик, представлених культурами різних країн (зокрема й України), що були наведені автором, лише один можна вважати повністю позитивним, тобто таким, який можна брати за зразок і якому можна наслідувати. Це досвід єврейської родини, в якій батько, за твердженням автора статті, бере активну участь у вихованні дітей: «много с ними разговаривает, терпеливо отвечает на их бесконечные вопросы» й організовує суботи спільного родинного відпочинку.

Не потребує доказу твердження, що будь-яка жанрова форма має вербально виражену смислову позицію автора, яка також простежується у певному доборі фактів, їх структуруванні, нагромадженні. В аналізованій інформаційно-пізнавальній тематичній статті «Особенности национального воспитания» репрезентація батьківських практик відбувається таким чином, що однією із домінант-складників батьківського образу стає обов'язок батька матеріально забезпечити родину: в арабських країнах жінки-матері до виховання дітей часто залучають «наемных помощниц, кормилиц, которые живут в семье. Муж обязан обеспечить оплату их труда», головна роль японського батька зводиться до того, щоб «заработать на хорошее образование сыну или подарки дочке», підкреслюється, що латиноамериканський батько «исправно дает деньги»; а українські батьки основними обов'язками по відношенню до родини вважають «материальное

обеспечение и контроль над детьми». Отже, на думку авторки публікації, бути гарним батьком – значить, насамперед, піклуватися про матеріальний добробут родини, підтримувати її споживачкі можливості.

Взагалі зауважимо, що матеріали під рубрикою «Тема номера» у глянцевому журналі «Хорошие родители» зазвичай носять пізнавальний, децю розважальний характер, і не є проблемними, дискусійними. Питання щодо кризи батьківства, кризи родинних стосунків взагалі не підіймаються і не обговорюються, що, зрозуміло, пояснюється типом видання: глянець форматує реальність, у якій не має місця темам, що потребують серйозного обговорення: тривалий робочий день батька, його постійна відсутність у родині, некомпетентність у вихованні дітей, застосування як психологічного, так і фізичного насилля по відношенню до них, незацікавленість справами наймолодших членів родини, байдужість до їх існування тощо.

Виходячи зі змісту видання, головним завданням батька стає створення і підтримання розкоші, комфорту існування власної родини. Саме як споживач корисних товарів, технічних новинок чоловік-батько репрезентований в постійній рубриці журналу – «Семья ПАПА». Її матеріали побудовані у жанрі порад, рекомендацій, які дають автори журналу «Хорошие родители» зразковому татусю. Цікаво зазначити, що, наприклад, рубрика «Семья МАМА» займає від 4-х до 6-ти сторінок (зазвичай містить декілька матеріалів) видання, а рубрика «Семья ПАПА» завжди має невеликий обсяг і займає 1–2, рідше – 3 сторінки, а може бути й відсутня у номері взагалі.

Зрозуміло, що основний прибуток глянцеви́м виданням приносить реклама, у зв'язку з чим матеріали рубрики «Семья ПАПА» частіше нагадують сторінки рекламного каталогу товарів, аніж класичного універсального родинно-побутового видання, якими були подібні видання у радянські часи. Так, наприклад, на думку авторів цієї рубрики, в обов'язок батька входить вміння навчити дітей «качественно и регулярно защищаться от вредных лучей» [18, 82], при цьому додається ілюстрація з пропонуваними сонцезахисними засобами догляду за шкірою і цінами на них. В іншому номері у згаданій рубриці поряд із рекомендаціями татусю щодо організації безпечного відпочинку на пляжі знову пропонується придбати «нужные вещи», у яких може виникнути потреба «на отдыхе в пляжных условиях» [19, 77]. І знову у прихованому рекламному матеріалі ненав'язливо зазначено ціни на них.

Безперечний є той факт, що одним із головних обов'язків батька є створення умов безпеки



життєдіяльності дітей і дружини. Як свідчать матеріали рубрики, здатність втілити його в життя цілком залежить від платоспроможності голови родини, який повинен мати змогу придбати найдорожче автокрісло для своєї дитини і тим самим, на думку редакції журналу «Хорошие родители», підтвердити свій статус батька. Публікація рубрики «Семья ПАПА» святкового січневого номера також репрезентує чоловіка, оточеного світом речей (конкретніше – дорогих, і не таких уже й життєво необхідних гаджетів), які, як нам навіює стаття, наділені чудодійною здатністю зробити життя чоловіка-батька «...удобней, или ярче, или проще» [16, 78]. Отже, простежується така тенденція, що акценти у створенні образу батька на сторінках журналу «Хорошие родители» переміщуються з ознаки-домінанти «батько-трудівник, представник певної професії» (як це було репрезентовано у родинно-побутових виданнях радянського часу) на ознаку-домінанту «батько-заробітчанин і споживач», що є прикметною рисою постіндустріального гедоністично-консьюмеристського суспільства.

Заради об'єктивності потрібно зауважити, що у рубриці «Семья ПАПА» зустрічаються матеріали не стільки рекламного, а більшою мірою рекомендаційного характеру. Наприклад, саме такими є стаття Юлії Абрамової «Включи ребенка в жизнь» [20, 80–81], вміщена у № 10 за 2012 р., і матеріал Тетяни Дідух під назвою «5 правил хорошего пикника» [21, 80–81], надрукованій у № 5 за 2013 р.

Публікація Юлії Абрамової закликає татуся перш за все впустити дитину у своє життя, навчитися з нею спілкуватися. Надалі пропонується п'ять найважливіших, на думку авторки статті, вмінь і навичок, які повинен прищепити сучасний батько власній дитині: 1) навчити спілкуватися; 2) вселити впевненість у власних силах; 3) розбудити допитливість; 4) сформулювати поняття про самоконтроль; 5) навчити ризикувати. Звернемо увагу на те, що представлені якості, з одного боку, є складовими успішної в майбутньому особистості (прикладом якої, наразі, і є навчаючий, дещо ідеалізований, батько, що сам є творчою особистістю, бо працює в офісі, або на кафедрі, або у фотостудії, лікарні на посаді керівника [20, 80–81], і при цьому встигає провести з дитиною багато часу на дитячому майданчику, вдома й на природі), а з іншого – такими, що спрямовані на розвиток власного «ego» дитини. Жодна з них не пов'язана із піклуванням і увагою до інших, із привчанням дитини до праці, як домашньої, так і суспільно-корисної. Останнє є доволі актуальним у нашому суспільстві, байдужому майже до всього, окрім розваг і споживання.

Стаття Тетяни Дідух «5 правил хорошего пикника» репрезентує ідеальне, бажане уявлення про батька як доброго чарівника, натхненного організатора дозвілля родини, який «Спланировал, сделал, впечатлил... И ощутил себя Цезарем...» [21, 80–81]. Авторка матеріалу закликає голову родини «...подарить близким и себе новый Эверест положительных эмоций» [21, 80], тобто змістовно розважитися. При цьому до прямих обов'язків батька входить додавання «духа соревнования», приготування смачної їжі, піклування про комфорт, виключення будь-яких раптових неприємностей, і при цьому він, звичайно, не повинен забути узяти із собою сік (на думку авторки статті, краще, щоб це був «Чудо-чадо») [21, 80]. Тобто і в цьому випадку спрацьовує істинне призначення глянцю, притаманне йому *apriority*, – породжувати бажання і репрезентувати умови їх втілення.

Не реальним, а, швидше, ідеальним, бажаним постає батько і в матеріалах рубрики «Звездные родители», створених у жанрі «історії знаменитості». Героями таких публікацій свого часу стали Роберт Де Ніро («Роберт Де Ніро добропорядочный папаша» [20, 72–74], Аарон Джонсон («Аарон Джонсон счастлив по-своему» [15, 66–69], Жан Рено («Секреты Жана Рено» [18, 76–77], Джим Керрі («Джим Керри» [19, 70–71] та інші зірки популярного зарубіжного кінематографу. Історії їх батьківства за своєю структурою схожі на оповідання, бо, прагнучи до акцентування певних позитивних індивідуальних вчинків героя публікації (у цьому випадку – усвідомлення значущості батьківської ролі у вихованні дітей, визнання спілкування з дітьми важливою складовою свого життя (Жан Рено, Роберт Де Ніро, Джим Керрі), свідоме усиновлення чужих та народження і виховання своїх дітей (Аарон Джонсон), авторки Юлія Абрамова, Тетяна Дідух і Влада Барсукова переакцентовують увагу на емоційне сприйняття ним світу, при цьому, звичайно ж, за рахунок редукції, ретушу соціальних та інших чинників його життєвого успіху.

Такі історії, зазвичай, мають есеїстичну композицію, фундаментом якої виступають асоціативні зв'язки (Джим Керрі – Маска; Аарон Джонсон – Вронський) й образні узагальнення (Роберт Де Ніро – «добропорядочный папаша» й «гангстер в сине-фиолетовых тапочках»; Жан Рено – «душевный киллер, интеллигентный громила, наивный рыцарь» і «прекрасный отец»). На думку дослідниці Л. М. Григор'євої, «такая форма построения материала считается наиболее выразительной, так как она эффективно воздействует на читателя не только на сознательном, но и на эмоциональном уровне» [22, 240–241].



При створенні історій батьківства знаменитостей автори рубрики «Звездные родители» використовують художній метод і фантазію, а змістом таких матеріалів стає емоційна реакція жінки-журналісти на реальні події і ситуації із життя героя: «А он взял да и стал папой (четыре девочки!) и сыграл в “Анне Карениной”» [15, 66] (із історії про Аарона Джонсона); «После рождения пятого ребенка 60-летний Рено сокрушался, что может не успеть научить его играть в футбол... То, что актер явно себя недооценивает, подтверждает появление шестого!» [18, 77] (із матеріалу про Жана Рено); «...сейчас он настолько упивается ролью заботливого отца и дедушки, ему так нравится его домашние тапочки и вкусные ужины жены Грейс, что он даже не хочет выходить из этого амплуа на съемочной площадке» [20, 74] (із публікації про історію батьківства Роберта Де Ниро).

Згадані зіркові історії виконують когнітивні і психологічні функції, бо дають можливість утекти від реальності, заспокоїтися, упорядкувати свій життєвий досвід, адаптуватися до мінливого навколишнього світу, а найголовніше, – вони мають терапевтичний ефект, бо завжди закінчуються на високій оптимістичній ноті (або прямою цитатою, на кшталт: «Я люблю своих шестерых детей, и я люблю ответственность!» [18, 77]; або перифразом «Говорит, что главное для него – быть хорошим отцом, а кино – это только работа» [15, 68], і репрезентують у цьому випадку практики позитивного батьківства, що є швидше винятком, аніж правилом конструювання сучасної чоловічої ідентичності.

Отже, серед способів вербальної репрезентації образу батька на сторінках сучасного родинно-побутового видання «Хорошие родители» можна виокремити такі: представленість чи непредставленість концепту «батько» у певних рубриках та матеріалах взагалі; створення ідеального, бажаного уявлення про батька; поряд із репрезентацією винятків домінування демонстрації негативного батьківського досвіду.

Специфіка конструювання зазначеного образу на сторінках глянцевого журналу полягає, *по-перше*, у свідомому уникненні концепту «батько» у більшості матеріалів видання; в уникненні дискусійних, проблемних питань, пов'язаних із створенням сучасного образу батька; *по-друге*, у включенні концепту «батько» у світ речей, товарів, тобто побудова цього образу як віддзеркалення сучасної гедоністично-консьюмеристської культури; *по-третє*, в репрезентації поліваріацій батьківських сценаріїв, і у зв'язку з цим створення неоднозначного, суперечливого образу; *по-четверте*, у необ'єктивній, непослідовній і нереалістичній демонстра-

ції феномена батьківства взагалі (це відбувається через селекцію певних жанрів (лист головного редактора, інформаційно-пізнавальна стаття розважального характеру, рекламно-рекомендаційні матеріали для татусів, «зіркові історії» батьківства) та рубрик («Письмо редактора», «Тема номера», «Семья Папа», «Звездные родители»): від об'єкта насмішки, глузування, іронії через об'єкт повчання до об'єкта нав'язування численних споживацьких практик та об'єкта обожнювання та ідеалізації.

Позиціонуючи себе у якості компетентного експерта з виховання дітей, журнал «Хорошие родители» пропонує такі складові модернізованого образу батька: на відміну від радянських часів в постіндустріальному консьюмеристському суспільстві акценти переміщуються з ознаки-домінанти «батько-трудівник, представник певної професії» на ознаку-домінанту «батько-заробітчанин і споживач». На сьогодні додаються ще такі елементи: «батько-деміург, чаклун і рятівник», «ідеальний організатор родинного дозвілля», а також «батько – секс-символ» і «зреалізована самодостатня, успішна особистість».

У зв'язку з цим зазначимо, що в умовах існуючої кризи родини, масової безбатьківщини завдання ЗМІ полягає у демонстрації реального позитивного батьківського досвіду, у популяризації об'єктивних наукових знань щодо формування свідомих батьківських практик. У журналах такого типу, як: «Хорошие родители», «Мир семьи» тощо – потрібні рубрики, які б містили семінари, тренінги з метою формування у сучасних татусів педагогічної компетентності; статті щодо обміну вдалим батьківським досвідом. Потрібні матеріали з порадами, консультаціями для безробітних, соціально-неблагополучних батьків. Необхідною також є рубрика, присвячена висвітленню специфіки різноманітних професій, які опановують сучасні українські татусі; рубрика «Діти про батька» тощо.

Наостанок зауважимо, що зростання конкуренції змушує журнали для жінок, родинно-побутові видання ставати інноваційнішими: шукати нові формати, вводити нові рубрики, працювати над змістом і якістю матеріалів, саме тому поради науковців щодо вдосконалення журнальної преси, на нашу думку, є на часі. Перспективою подальших досліджень може стати вивчення та опис специфіки візуальної репрезентації образу батька в журналах для сім'ї і родини.

1. Никитина И. В. Маски массовой культуры // Человек. – 2004. – № 6. – С. 103–113.

2. Голоднікова Ю. О. Репрезентація образу сім'ї в жіночій журнальній періодиці України / Ю. О. Голоднікова, М. А. Карташова // Наук. вісник Волин.



нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2009. – Т. 23. – С. 32–35.

3. Звонарёва А. Е. Образ отца в позднесоветской журнальной периодике (вторая половина 50-х – 80 годы XX века) // *Женщина в российском обществе*. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2009. – № 1 (50). – С. 64–73.

4. Звонарёва А. Е. Стереотип отца в советских печатных средствах массовой информации (предвоенный период) // *Женщина в российском обществе*. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2006. – № 1/2 (38–39). – С. 48–64.

5. Алешина Ю. Е. Цикл развития семьи. Исследования и проблемы // *Вестник МГУ. Сер. 14: Психология*. – 2004. – № 2. – С. 60–72.

6. Андреева Т. В. Семейная психология / Т. В. Андреева. – С.Пб. : Речь, 2004. – 224 с.

7. Целуйко В. М. Психологические проблемы современной семьи / В. М. Целуйко. – Екатеринбург : У-Фактория, 2007. – 496 с.

8. Беляева Т. Б. Стереотипы современного отцовства / Т. Б. Беляева, О. В. Сокол // *Психологические проблемы современной российской семьи : матер. второй Всерос. науч. конф. : в 3-х ч. / [под ред. В. К. Шабельникова, А. Г. Лидерса]*. – М., 2005. – Ч. 1. – С. 123–132.

9. Калинина Г. Отцы и дети сегодня: папам на заметку / Г. Калинина. – М. : Лепта Книга, 2009. – 96 с.

10. Кон И. С. Отцовство как социокультурный институт // *Педагогика*. – 2005. – № 9. – С. 3–16.

11. Коркина Н. А. Отцовство в современной семье // *Психологические проблемы современной российской семьи : матер. второй Всерос. науч. конф. : в 3 ч. / [под общ. ред. В. К. Шабельникова, А. Г. Лидерса]*. – М., 2003. – Ч. 1. – С. 117–123.

12. Кон И. С. Заметки по этнографии родительства. Материнство и отцовство // *Семья и школа*. – 1988. – № 2. – С. 31–34.

13. Кон И. С. Маскулинность как история // *Гендерные проблемы в общественных науках / [отв. ред. И. М. Семашко]*. – М. : Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2001. – С. 9–37.

14. Кон И. С. Мужские исследования: меняющиеся мужчины в изменяющемся мире // *Введение в тендерные исследования : учеб. пособ. / [под ред. И. А. Жеребкиной]*. – Х. : ХЦГИ ; С.Пб : Алетейя, 2001. – Ч. 1. – С. 562–606.

15. *Хорошие родители*. – 2013. – № 3. – 100 с.

16. *Хорошие родители*. – 2012. – № 1. – 100 с.

17. Маккей Дж. Все о журналах / Дженни Маккей ; [пер. с англ. О. С. Щеголева]. – М. : Университетская книга, 2008. – 338 с.

18. *Хорошие родители*. – 2013. – № 6. – 100 с.

19. *Хорошие родители*. – 2013. – № 7. – 92 с.

20. *Хорошие родители*. – 2012. – № 10. – 100 с.

21. *Хорошие родители*. – 2013. – № 5. – 100 с.

22. Григорьева Л. М. Биографический метод в современных глянцевах журналах // *Вестник МГУ. – Сер.: 10. – Журналистика*. – 2010. – № 4. – С. 231–242.

Подано до редакції 21. 06. 2013 р.

Klymenko Natalya. Verbal representation of father's image in the magazine «Horoshiye roditely»/« Хорошие родители».

In the article the author tracks the methods of verbal representation, determines the specificity of constructing, discovers the components of modernized father's image in the magazine «Horoshiye roditely»/«Хорошие родители».

Keywords: glossy magazines, family-household magazine, genre and theme aspects, father's image, verbal representation.

Клименко Н. А. Вербальная репрезентация образа отца на страницах журнала «Хорошие родители».

В статье предпринята попытка отследить способы вербальной репрезентации, определить способы конструирования, выделить составляющие модернизированного образа отца, представленного на страницах журнала «Хорошие родители».

Ключевые слова: гляцевые журналы, семейно-бытовые издания, жанрово-тематический аспект, образ отца, вербальная репрезентация.