

**Коркач Д.А.**

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

## РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГЕНДЕРНОГО ПОРЯДКУ В ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛАХ ДЛЯ ДІВЧАТ КІНЦЯ 90-Х РОКІВ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ “COOL GIRL”)

*У статті викладено результати контент-аналізу одного з найпопулярніших підліткових журналів для дівчат “Cool Girl”. Мета дослідження – з’ясування гендерних норм і гендерних моделей, що висвітлювалися на сторінках журналу, а також нормативний гендерний порядок, що транслиювався в текстових та візуальних матеріалах. Усього досліджено 45 випусків журналу за 1998–2000 роки, доступних у бібліотеках України та онлайн.*

*Як і більшість жіночих журналів, що видавалися транснаціональними видавництвами в 90-і роки, “Cool Girl” пропонує для наслідування гендерну модель Барбі, акцентує увагу на зовнішній привабливості дівчини та ставить на чільне місце факт наявності романтичного партнера. На сторінках журналу відчутно помітна тенденція до комерціалізації жіночої краси: через рекламні матеріали журнал виховує споживачок продуктів із догляду за зовнішністю.*

*Журнал розглядає дівчину як частину пари з особою протилежної статі, а не як самосійну особистість. Переважна більшість матеріалів журналу присвячена побудові романтичних стосунків. Гетеросексуальний ексклюзивний моногамний зв’язок є нормативним та домінуючим у дискурсі журналу; альтернативні моделі стосунків та сексуальності відкидаються.*

*Найпоширенішим образом чоловіка на сторінках журналу є реальний або потенційний романтичний партнер. Зв’язок із чоловіками завжди вимальовується як романтичний або ж навіть сексуальний, відтак, майже ніколи не йдеться про дружбу між особами протилежної статі.*

*Попри те, що дівчина переважно розглядається в контексті романтичних стосунків, журнал виконує освітню функцію, виховує самостійність у стосунках із хлопцями. Насильство, жорстоке поводження, словесні чи фізичні образи проголошуються неприпустимими у стосунках. Натомість чільне місце відводиться сексуальному зв’язку як джерелу приємних емоцій для дівчини. При цьому кожен матеріал, присвячений сексуальному зв’язку, супроводжується настановами щодо безпечності сексу та запобігання небажаній вагітності, що, безперечно, має позитивний ефект на аудиторію журналу.*

**Ключові слова:** гендерна модель, гендерний порядок, періодичні журнали для жінок, “Cool Girl”, періодика часів незалежності.

**Постановка проблеми.** Суспільні трансформації 90-х років, які стали наслідком розпаду СРСР та утворенням незалежної України, торкнулися ключових політичних, економічних та соціальних сфер функціонування суспільства. Одним із індикаторів змін є трансформації у гендерному порядку суспільства. Гендерним порядком називатимемо статусний цивільний порядок у суспільстві, що означає нерівний розподіл благ і соціального престижу за ознакою статі, історично закріплений в зразках владних відносин між чоловіками і жінками на макро- чи мікровні в суспільстві. Наявний за радянських часів гендерний порядок почав змінюватися, відтак, змінювалися й гендерні моделі, пропонувані чоловікам і жінкам для наслідування.

Невід’ємним елементом встановлення та просування певного гендерного порядку через насадження певних гендерних моделей є масмедіа, зокрема преса: газети й журнали, масові або призначені для певної категорії читачів. Дослідження масмедіа, зокрема в історичному контексті, є цінним джерелом інформації про зміни в гендерному порядку суспільства.

Вважаємо за потрібне подати стислий переказ теоретичних моделей, запропонованих науковцями щодо змін у гендерному порядку в Україні 90-х років. Замість уніфікованої моделі працюючої матері, актуальної за радянських часів, виникає ціла низка моделей фемінності. О.Кісь запропонувала гіпотезу, згідно з якою в постра-

дянський період домінуючими моделями фемінності стали образи Барбі та Берегині [1]. Образ Барбі об'єктивує жінку та перетворює її на символічний об'єкт споживання чоловіка. Ним передбачається, що жінка повинна турбуватися про зовнішній вигляд задля того, щоб змагатися на уявному шлюбному ринку за доступ до ресурсів чоловіка. Образ Барбі активно транслювався через ЗМІ, зокрема через жіночі та гламурні журнали. Цей образ є дещо викривленим елементом економіки вільної конкуренції, яка панувала й панує на Заході. Натомість образ Берегині передбачає повне жіноче включення в справи родини, задоволення базових потреб сім'ї, починаючи від готування їжі до «створення комфорту та затишку». Т. Журженко дослідила, що у 90-х роках виникають такі антагоністичні жіночі гендерні моделі, як ділова жінка та домогосподарка. Ключовою різницею між ними є джерело надходження грошових ресурсів у родину: жінка заробляє сама чи забезпечується чоловіком за умовами неписаного контракту в обмін на обслуговування базових потреб родини [14, с. 31].

Практична перевірка існування таких гендерних моделей у часи незалежної України проводилася в основному на дослідженнях гендерно-маркованих журналів. На зміну радянським жіночим журналам приходить доба жіночої плюралістичної преси, де ця низка моделей фемінності репрезентується [2]. Різні моделі фемінності представлені у відповідних категоріях журналів для жінок. Якщо глянцева преса, що випускається міжнародними корпораціями, просуває образ Барбі з притаманною йому комерціалізацією жіночої краси, то видання громадських організацій національного спрямування актуалізує образ Берегині. Бізнес-видання для жінок просувають гендерну модель ділової жінки, в той час як гендерна модель Домогосподарки відображається в журналах, які позиціонують себе як сімейні, хоча насправді вони спрямовані на жіночу аудиторію.

Які ж гендерні моделі пропонуються дівчатам через глянцева журнали? Чи відрізняються ці моделі від тих, що пропонуються жінкам зі сторінок видань того ж самого видавництва?

Наявність журналів для дівчат як окремих категорій гендерно-маркованих журналів була неодноразово згадана та побіжно описана в уже існуючих дослідженнях жіночої періодики. Тим не менше детального аналізу їхнього змісту не зроблено.

**Постановка завдання.** Мета дослідження – доповнити існуючий набір текстів про гендерно-

марковані журнали дослідженням ідеологічних настанов щодо нормативного гендерного порядку, які транслювалися для дівчат середнього та старшого шкільного віку в кінці 90-х років через найпопулярніший та найбільш тиражований журнал того часу “Cool Girl”. Завданнями статті є здійснення контент-аналізу доступних у бібліотеках України випусків журналів “Cool Girl” за 1998–2000 роки.

**Виклад основного матеріалу.** Журнал “Cool Girl” – російське видання для дівчат-підлітків 8–14 років з українською локалізацією, що випускалося німецьким видавничим домом Burda (Україна); вперше виданий у 1997 році. Заявлений тираж українського накладу журналу – 250 тисяч екземплярів. Журнал видавався щочетверга. На 40 сторінках формату А4 містилися різні рубрики, починаючи з новин про зірок та кумирів і закінчуючи історіями кохання та листами читачів. У цій статті проаналізовано 45 випусків журналу за 1998–2000 роки, доступних у публічних бібліотеках України та онлайн.

#### *Репрезентація чоловічих фігур у журналі*

Попри те, що аудиторією журналів є молоді дівчата, більша частина матеріалів журналу присвячена особам протилежної статі. Зосередженість на стосунках відводить центральне місце чоловічій фігурі в життєвому ментальному просторі дівчини. Саме чоловічі фігури відчутно частіше репрезентувалися як дійові особи поданих наративів.

Ключова чоловіча фігура в журналі відводиться романтичному партнерові – ця фігура представляється як через абстрактні роздуми про природу стосунків, історію кохання, фото романи (тексти, які за жанром нагадують комікси, ілюстровані не картинками, а фотографіями з дуже гіперболізованими акторськими виразами обличчя та позами), так і через листи читачок про партнерів (наявних чи бажаних). Через стосунки із хлопцями дівчина визначається набагато частіше, ніж через стосунки із подругами, батьками, взаємодію із зовнішнім світом через реалізацію власних амбіцій та хобі. Так, скажімо, в рубриці «Кумири» – постійній рубриці, що виходила на другій сторінці журналу, в 100% випадків друкувалася інформація про зірок-чоловіків. Зазвичай, це молоді привабливі парубки до 30 років, зірки, які були кумирами дівчат і яких вони обожнювали як ідолів – брати Hanson, Backstreet Boys. Більшість цих «кумирів» можуть слугувати зразком потенційних партнерів у романтичних стосунках. Така рубрика аж ніяк не пропонувала прототи-

для наслідування жінок, які досягли високого статусу завдяки своїм досягненням, праці та власним амбіціям, натомість просувала фігуру чоловіків.

Постійна присутність хлопця в усіх аспектах життя змальовує жінку як похідну від хлопця, а також показує її життя таким, що визначається наявністю чи відсутністю хлопця. Отже, дівчина без стосунків із хлопцем за наявності власного хобі та активного соціального життя не показується як окрема фігура; її життя підпорядковане необхідності знайти собі романтичного партнера чи принаймні перебувати в його пошуках. Відтак, дівчина без хлопця змальовується та сприймає себе як неповноцінну. Апогеєм цієї тенденції є, наприклад, лист читачки тринадцяти років [12, с. 5–6], в якому вона пише про те, що її подруги діляться переживаннями щодо стосунків з хлопцями та скаржаться на зради з їхнього боку, тоді як авторка листа відчуває себе обділеною, адже їй також «хочеться поцілуночків». Відповідь редакції є симптоматичною: дівчині рекомендують зайнятися саморозвитком, більше спілкуватися з друзями та частіше виходити з дому, тоді зустріч із хлопцем відбудеться сама собою.

Образ чоловіка-рятувальника інколи втілюється в образі романтичного партнера. Регулярно на сторінках журналу друкувалися сюжети про те, ніби дівчина стала наркозалежною, а хлопець, який її кохає, рятує від аморального способу життя (наркоманія, проституція). Поширеним є також сюжет про те, ніби наркозалежний хлопець «продав» свою дівчину, аби розплатитися з боргами. Наприклад, у подібних історіях закоханий хлопець рятує свою кохану «з лап поганих хлопців». Часто цей порятунок здійснено за допомогою інших чоловічих образів – батька або/і міліціонера [13, с. 7].

Рідше чоловіки постають у ролі батька. Наявність цієї фігури також сюжетно міцно пов'язана з хлопцем дівчини. Батько стає на перешкоді стосунків дівчини з партнером. Зазвичай батько зображується як той, хто контролює та забороняє, а також регламентує життя дівчини. Так, наприклад, у фоторомані батько примушує дівчину працювати на фермі та не дозволяє ходити на вечірки та на побачення з хлопцями [9, с. 10]. Або ж, як було сказано вище, спостерігається інша крайність – просування ідеї про батька-рятівника, як в історії, коли батько рятує свою дочку в критичних ситуаціях, як-от під час викрадення іншими чоловіками [8, с. 13]. При цьому майже ніколи батько не показаний як емоційно-доступна та стабільно підтримуюча фігура.

### *Репрезентація жіночих фігур у журналі*

Загалом жіночі фігури частіше відображаються в рубриках, пов'язаних з модою, красою та зовнішньою презентацією себе в суспільстві. Теми щодо зовнішнього вигляду дівчини висвітлюються в таких рубриках, як «Мода», «Макияж», «Прически», «Супер» (де дівчатам дають поради щодо фізичної культури). Інші рубрики, такі як «Girl репортаж», «Моя звезда», «Girl кино», «Все о кумирах» також репрезентують жіночі фігури – і, хоч і непрямо, але нав'язують гендерні норми читачкам.

Красномовною є трансформація рубрики «Мода» з 1998 по 2000 рік: якщо в 1998 році концепція рубрики полягала в тому, що різні дівчата, моделі «з народу» звідусіль позують в одязі, а фотографії супроводжуються текстом про особисту історію, вподобання, мрії кожної дівчини, то в 2000-му році рубрика перетворюється просто на збірку фотографій жінок у модному вбранні. Якщо в 1998 році журнал репрезентував дівчат із життя та намагався представити особистість читачок, то в 2000 році візуальна частина цієї рубрики змінилася на картинки окремих, нічим не пов'язаних глянцевоїх моделей віком 20+ років, що скоріше нагадують дорослих жінок, а не дівчат-підлітків.

Аналізуючи рубрику «Макияж», не можна не відзначити тенденцію до посилення комерціалізації жіночої краси. Рубрика присвячена тому, як за допомогою макіяжу виглядати краще, «приховати недоліки» та «подобатися оточуючим». Ця рубрика також використовувалася як місце для реклами жіночих продуктів для краси – продуктів косметики, жіночої гігієни тощо. Якщо в 1998 році рекламні матеріали займали четверту частину сторінки, що становить приблизно 10% від усієї рубрики, то у 2000 році реклама стала займати 25% від усієї рубрики. Якщо в перші роки виходу журналу рубрика включала рецепти домашньої косметики, майже безкоштовні для дівчини, то в кінці 2000-х ця підрубрика зникла з журналу.

Цікаво, що більшість моделей, представлених в журналі, старші за молодь 13–19 років. На деяких ілюстраціях під виглядом дівчат-підлітків зображено молодих жінок віком 20–30 років [13, с. 5–6]. Це сприяє формуванню нормативу того, який зовнішній вигляд має бути мірою дорослості. Попри те, що в деяких матеріалах дівчата представлені й через їхні хобі та кар'єрні амбіції, майже завжди дівчину орієнтують на стосунки та доглядову працю у стосунках. Наприклад, красномовною є ілюстрація історії,

де дівчину Мілу привчає до домашньої праці її батько, під чийм керівництвом Міла вчиться готувати та прибирати [8, с. 6–7].

Тенденція до визначення жінки через її стосунки, родину та дітей присутня навіть, коли йдеться про зірок, новини про яких друкуються в журналі. Наприклад, більшість подій у житті зірок жіночої статі стосуються одруження, розлучення чи народження дітей (зокрема публікація «Селин Дион вийшла заміж») [13, с. 5]. Єдині жінки, про досягнення яких говорять більше, ніж про їхнє особисте життя – це абсолютні ікони, топ-зірки естради, такі як Мадонна та Spice Girls, Земфіра. Абсолютно в усіх публікаціях про цих зірок зазначається їхній кар'єрний чи фінансовий успіх. Наприклад, «Мадонна продала дом в Лондоне, потому что для звезды ее уровня нужен дом получше», «Spice Girls» записали диск и получают Грэмми» [12, с. 3].

Стосунки між звичайними дівчатами переважно описуються як конкурентні. Наприклад, у рубриці, що публікує листи, кількість історій про дружбу між дівчатами значно менша, ніж кількість історій, де дівчата знаходяться в неприяних стосунках та змагаються за увагу хлопця. Красномовними є листи із заголовком «Одни подружки ревнуют к другим», «Она испортила мои вещи» [8, с. 16]. Рідко коли дівчата зображені як надійні партнери в житті стосовно інших дівчат. Тенденція до репрезентації стосунків між жінками як переважно конкурентних мала місце і в тому випадку, коли журнал подавав новини про зірок. Із більшою вірогідністю на сторінках журналу можна було знайти новини про художню співпрацю між чоловіками, а не між жінками. На відміну від описання стосунків між чоловіками, жінки не співпрацювали, а конкурували одна з одною. Наприклад, описуючи протистояння під час вручення премії між двома дівчачими колективами, автор іронічно висловлюється: «Надеясь, они оставят волосы друг друга в целостности» [6, с. 2].

Таким чином, можна погодитися, що журнал Cool Girl просуває гендерну модель Барбі, визначаючи дівчину через наявність чи відсутність стосунків із хлопцями. Ці журнали навчають дівчат старшого шкільного віку доглядати за собою, щоб привернути увагу чоловіка. В самих стосунках дівчат привчають виконувати емоційну роботу, навчаючи їх розбиратися у власному характері та характері чоловіка. Прикладом можуть слугувати регулярні рубрики «Тест», де дівчатам пропонується дізнатися більше про себе, та хлопця, з яким наявні чи плануються стосунки.

### *Образ стосунків*

Беручи до уваги кількість та характер матеріалів, можна з упевненістю сказати, що цей журнал буквально визначає дівчину через стосунки з хлопцями. Левова частка матеріалів піднімає питання стосунків із хлопцями. Це тема прямо чи опосередковано піднімається в кількох рубриках, таких як «Магия любви», рубрика листів «Привет, друзья», «Разговоры о любви», «Поэзия», «Фотороман», «Интим», «Любовь», «Роман номера» та навіть «Тест» та «Гороскопы». Наприклад, на більшості обкладинок зображено молоду дівчину та хлопця, що посміхаються, та, вірогідно, є парою; рідше обкладинку прикрашає молода симпатична дівчина.

Ідеальним типом романтичної прив'язаності дівчини є гетеросексуальний моногамний ексклюзивний зв'язок. Найчастіше цей зв'язок реалізується через регулярну комунікацію в публічному формальному середовищі (школа, навчання), а також у публічному неформальному просторі (вечірки, танці, зустрічі, гуляння). За задумом, дівчина та хлопець пов'язані соціальним та (часто) інтимним (романтичним) зв'язком.

Романтичні стосунки для дівчини зображені як необхідний елемент її повноцінного життя. Цікаво, що хлопці в житті дівчини показані не як джерело фінансових чи соціальних благ, які можуть споживатися дівчиною як окремим суб'єктом, а скоріше як необхідна частина дівчини задля того, щоб стати цим самим повноцінним суб'єктом. Наприклад, у матеріалах журналу майже ніколи не описуються функції хлопця та його функціональна користь для дівчини; іншими словами, не з'являється відповідь на питання, навіщо дівчині хлопець. Стосунки з протилежною статтю є цінністю як такою. Внаслідок отримання цього блага дівчина також здобуває внутрішню самоцінність, якої не відчувала до цього.

Дівчина може використовувати різні техніки, щоб привабити хлопця, хоча більшість матеріалів зосереджена на тому, як зрозуміти, що дівчина з хлопцем підходить одна одному. Для цього використовуються різні засоби – від психологічних знань про власні особливості до магічних технік визначення рис характеру хлопця. Наприклад, у кожному номері журналу в рубриці «Магия любви» дівчатам давали поради, як зрозуміти хлопця за літерами в його імені [8, с. 15] або за манерою його ходи чи родинки [6, с. 15], як вести себе залежно від знака зодіаку хлопця, щоб йому сподобатися [13, с. 15].

У сюжетах про романтичні стосунки домінує міф про віднайдене кохання, історії про випадкові, але доленосні зустрічі людей. Наприклад, в історії «Верная примета» дівчина випадково зустрічає своє кохання завдяки випадковості. Примітно, що журнал не просуває ідею існування «двох половинок» (один партнер не все життя), скоріше імпліцитно виражає ідею про серйозну моногамію (якщо одні стосунки не склалися, то є шанс, що інші стосунки будуть кращими, тому потрібно «шукати» партнера, з яким складуться характерні) [13, с. 10].

Невід'ємним елементом романтичних стосунків виявляється інтимний зв'язок. Велика кількість рубрик відкрито висвітлює питання сексу. Часто такі статті ілюструвалися відвертими фотографіями пар, що займалися коханням, а дівчина зображувалася з оголеними грудьми та в мереживній білизні [9, с. 16]. Попри те, що матеріали редакції закликають дівчат прислухатися до себе та не поспішати починати статеве життя у разі, якщо відчувається внутрішня неготовність до цього з боку дівчини, однак, судячи з кількості та змісту публікацій, можна сказати: редакція вважала, що для більшості читачок поради щодо сексуального життя мали прикладний характер [6, с.11; 7, с. 11]. Дівчатам дають поради щодо отримання задоволення в сексі та пропагують ідею, що дівчина також відповідальна за своє задоволення.

Журнал також був відомий тим, що ставив за мету підвищення рівня сексуальної освіти серед молоді. Кожна така публікація, кожна відповідь редакції на лист від читача/ читачки, де піднімалося питання інтимного зв'язку, містила заклик до використання контрацептивів, а саме презервативів. Журнал також регулярно друкував матеріали про жіноче здоров'я (наприклад, типи контрацептивів, наслідки незахищеного сексу, венеричні хвороби, небажані вагітності). Хоча редакція завжди наголошувала на використанні презервативів під час сексу і навіть розповідала, де їх можна придбати, але, беручи до уваги дівчачу невпевненість і незрілість, відчутною була нестача практичних інструкцій на кшталт того, як відмовити хлопцю в сексі без презерватива чи переконатися в надійності партнера. В разі можливої вагітності дівчатам радять звернутися до лікаря та утриматися від самостійних дій. Журнал не оминає й проблему страху перед гінекологом, визнаючи право дівчини на ці емоції, але переконує дівчат у важливості власного здоров'я [7, с. 15–16].

Примітно, що журнал абсолютно не толерує та не виправдовує насильство в стосунках і ставленні до дівчини; у відповідь на листи, де дівчата гово-

рять про випадки насильницьких дій від партнера, експерти редакції радять подумати, чи справді такі стосунки можна назвати коханням та радять полишати таких партнерів, наголошуючи, що насильство неприпустиме. Якщо дівчина ділиться досвідом пережитого сексуального насильства від партнера чи навіть члена родини (батька, дядька або брата), то редакційна експертка радить дівчатам мінімізувати взаємодію з цією людиною та розказати про це жіночим членам родини. Всіляко пояснюється, що згвалтування – це кримінальний злочин («Он вообще-то совершил криминальное преступление, принудив к сексу тебя, даже еще несовершеннолетней») [5, с. 16]. Дівчат всіляко агітують не терпіти образи, грубе ставлення з боку хлопця та розірвати стосунки.

Гомосексуальні зацікавлення дівчат, про які останні пишуть у листах до редакції, зазвичай не знаходять підтримки в журнальних експертів. Так, наприклад, читачка 17-ти років звертається до редакції з проханням допомогти розібратися зі своїми почуттями до своєї подруги після того, як та дівчина зваблювала та пестила її тіло. Редакційний експерт всіляко відмовляє дівчину від подальших експериментів і наголошує на тому, що таку зацікавленість дівчина «переросте» [9, с. 8].

**Висновки.** Журнал “Cool Girl” був культовим журналом кінця 90-х років, який формував уявлення про стосунки та нормативні гендерні моделі для дівчат в Україні. Цей журнал, як і більшість жіночих журналів цього сегменту, просував гендерну модель Барбі. Із розвитком журналу тенденція до комерціалізації жіночої краси стає все більш помітною: кількість матеріалів рекламного характеру зростає, дівчат заохочують купувати косметичні продукти.

Більшу частину матеріалів журналу присвячено побудові романтичних стосунків – від процесу пошуку та приваблення хлопця до статей про запобігання небажаній вагітності. Зважаючи на відношення кількості матеріалів, присвячених стосункам, до кількості матеріалів про власні хобі та уподобання дівчини, можна з впевненістю сказати, що журнал фактично визначає дівчину через наявність стосунків із хлопцями.

При цьому журнал доволі прогресивно висвітлював питання сексуальної освіти, розповідав дівчатам про зміни в їхньому тілі під час пубертатного періоду та навчав суб'єктності у стосунках. Дівчатам розповідали про насильство у стосунках, переконували щодо неприпустимості аб'юзу (хоча саме слово жодного разу не вживається на сторінках журналу) та навчали базовим навичкам цінування себе.

Попри те, що матеріали журналу змальовували дівчину через рамки стосунків, а не як окрему цільну особистість, статті про сексуальну освіту, жіноче здоров'я та неприпусти-

мість насильства у стосунках заклали в тогочасних підлітків фундамент для надбудови прогресивних цінностей, які стали актуальними для суспільства XXI століття.

#### Список літератури:

1. Кісь О.С. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні. *Культурологічний часопис*. 2003. Вип. 27. <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>.
2. Олійник Н.І. Жіноча преса в Україні: минуле та сучасність. *Культурологічний часопис*. 2003. Вип. 27. <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/oliynyk.htm>.
3. Сидоренко Н.В. Жіноча преса в Україні періоду незалежності (кількісно-якісні параметри). *Образ*. 2016. Вип. 2 (20). С. 36–42.
4. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 2000. Вип. 16.
5. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 2000. Вип. 3.
6. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 1998. Вип. 30.
7. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 1998. Вип. 31.
8. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 1998. Вип. 32.
9. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 1998. Вип. 35.
10. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 1998. Вип. 36.
11. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 1998. Вип. 37.
12. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 2000. Вип. 4.
13. COOL GIRL: еженедельный журнал для настоящих девчонок. 2000. Вип. 5.
14. Zhurzhenko T. Free market ideology and new women's identities in post-socialist Ukraine. *European Journal of Women's Studies*. 2001. № 8(1). P. 29–49.

#### **Korkach D.A. REPRESENTATION OF GENDER ORDER IN WOMEN'S MAGAZINES FOR GIRLS IN THE EARLY 90S (ON THE EXAMPLE OF THE MAGAZINE "COOL GIRL")**

*The article presents the results of content analysis of one of the most popular teen magazines for girls "Cool Girl". The aim of the research is to find out the gender norms and gender models that were covered on the pages of the magazine, as well as the normative gender order, which was promoted through texts and visual materials. In total, 45 issues of the journal for the period of 1998–2000 were studied. All the issues are available in the public libraries of Ukraine and online.*

*Similar to vast majority of women's magazines published by multinational publishing houses in the 1990s, "Cool Girl" offered a role model of Barbie's as a dominant gender role for women, emphasizing the girl's attractiveness and placing the importance of being involved in romantic relationships. On the pages of the magazine there is a noticeable tendency to commercialize women's beauty – through advertising materials the magazine educated consumers of cosmetic products.*

*The magazine portrays a girl as a part of a couple contrary to self-sufficient person. The vast majority of the magazine's materials are devoted to building romantic relationships. Heterosexual exclusive monogamous relationships is a normative and dominant model in the discourse of the magazine; alternative models of relationships and sexuality are rejected.*

*The most common image of a man is a real or potential romantic partner. Relationships with men are always portrayed as romantic/sexual, therefore friendship between people of the opposite sex is almost never discussed.*

*Despite the fact that the girl is mainly considered in the context of romantic relationships, the magazine executes an educational function, fosters self-care and self-value within relationships with guys. Violence, verbal or physical abuse are depicted as unacceptable in relationships. Sexual intercourse is a crucial part of the relationship; however, it is depicted as a source of positive energy for a girl. At the same time, each article on sexual intercourse is accompanied by guidelines on sex safety and prevention of unwanted pregnancies, which undoubtedly had a positive effect on the magazine's audience.*

**Key words:** gender model, gender order, periodicals for women, "Cool Girl", media of independent Ukraine.