

Секция «Журналистика»

**Искушение быть похожими (стереотипы западной массовой культуры на страницах переводных журналов для детей «Winx», «W.I.T.C.H.», «Monster High»)**

**Потапова Елена Николаевна**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
E-mail: valkyria777@yandex.ru*

В течение XX века женщина стремительно завоевывает важные социальные позиции в обществе. Эмансипация, феминизм призраком бродят по Америке и Европе. Эхо сексуальной революции все еще будоражит умы множества женщин. Все это находит отражение в СМИ, в том числе и детских.

Современные СМИ формируют новый образ женщины, который невольно выбирают для своей модели поведения девочки. Благодаря искусным ходам маркетинга, в мир ребенка теперь активно вторгаются образы супергероинь. Их характеризуют необычная и привлекательная внешность, магические способности или особые силы и отдаление от образа женщины – хранительницы домашнего очага. Тысячи юных россиянок возводят в кумиры ярких, обладающих невероятными силами героинь, выбирая их в качестве образцов для подражания.

Гармоничное развитие ребенка, его первые шаги в социуме должны проходить под контролем родителей. Когда не мужчина, а женщина становится опорой семьи, акценты в воспитании смещаются. Мама все меньше времени проводит с детьми, полагаясь на детский сад и школу. Предоставленный сам себе, ребенок может попасть в ловушку медиа, которые активно влияют на формирование умов молодого поколения с помощью различных гаджетов.

Детские медиа должны быть направлены на духовно-нравственное воспитание и правильное развитие ребенка. Однако здесь возникают проблемы. Популярные анимационные сериалы и мультфильмы, красочные издания и журналы для девочек могут оказаться ящиком Пандоры и заставить их повзрослеть раньше времени.

Несмотря на видимое обилие журнальной продукции для детей, эта сфера претерпевает в данный момент кризис. Дело в том, что в детской журналистике сейчас очень мало оригинальных авторских российских изданий. В основном это продукция зарубежных медиахолдингов или так называемая калька (переводные журналы) с успешных западных журналов, которые охотно раскупаются и приносят стабильный доход. Эти издания несут функцию не просвещения, а доступного развлечения. Кроме того, нам навязываются чужие стереотипы поведения и традиции, которые легко воспринимаются и копируются детьми. Так, теперь в моде праздновать Хэллоуин или создавать команды по чирлидингу, что противоречит нашей многонациональной культуре. Нельзя отрицать, что это естественный процесс, который принесла с собой глобализация. Однако качественная альтернатива на рынке СМИ, издание которой знакомило бы детей с нашими национальными традициями и ценностями, сейчас практически отсутствует.

Интересны результаты анализа трех популярных среди детской аудитории журналов: «Winx», «W.I.T.C.H.» и «Monster High». Все три журнала выпускаются издатель-

ством «Эгмонт Россия», которое специализируется на выпуске книг и журналов для детей.

В журналах проводятся параллели с реальным миром тинейджеров, идет разговор об их проблемах и переживаниях. Эта тема близка детям. Интерес детей и подростков к данным изданиям подогревается растиражированностью образов главных героев и героинь благодаря влиянию интернета, выпуску сопутствующих товаров (книги, игрушки, канцелярские товары, сладости и т.д.).

В комиксах, занимающих большую часть площади журналов, имеет место характерная прорисовка персонажей. Несуразная комплекция тела, большие головы и увеличенные глаза, пухлые губы, яркий макияж говорят о навязчивой сексуальности образов. Содержание журналов направлено на развлечение, а не на развитие. В нем часто копируются рубрики из женских глянцевого изданий («Гороскоп», «Психология», «Мода» и т.д.).

«W.I.T.C.H.», «Winx» и «Monster High» – разные журналы с похожей концепцией. Журналы интересны детям, потому что в них девочки сталкиваются с близкими им проблемами в семье, в школе и личной жизни. В центре событий – компания разных по характеру девочек, которые понимают силу своей дружбы. Вместе они учатся в школе, помогают друг другу преодолевать трудности и сражаются со злом, будь это школьная задавка или опасный злодей. Эти девочки еще школьницы, они ходят на уроки и получают свои отметки. Но при этом героини очень красивы, сексуальны, модно одеты и бесстрашны. В этих образах чувствуется дыхание глобализации. Журналы не только предлагают, но и навязывают читателям стандарты и стереотипы западной массовой культуры.

Современная типизация женского образа находит сторонников далеко не везде. То представление о женщине, о ее поведении и роли в жизни общества, которое складывалось веками, не вытеснить с помощью сексуальной революции, акций феминисток и современной моды. Семья – вот на ком лежит основная воспитательная функция. Учить девочку жизни должен, конечно, не глянецовый журнал с красочными картинками, а родители, школа. Контроль за развитием ребенка должен осуществляться взрослыми. Важно объяснять детям, что красочный образ из журналов – это чья-то фантазия, а не реальная жизнь. Тогда, и только тогда, дети будут адекватно воспринимать окружающий их мир и разделять реальность и страну фантазий, которая активно навязывается читателям современными медиакорпорациями.

## **Литература**

- 1. Клименкова Т. А. Женщина как феномен культуры. Взгляд из России. М., 1996.**
- 2. Толстокорова А. В. Влияние женской пространственной эмансипации на формирование образа «новой девочки» в детской литературе индустриальной эпохи/ Доклады научного совета по проблемам чтения. Выпуск 8. Материалы международной научной конференции «Чтение на просторах детства: опыт России и мира». М., 2013.**

3. Эстес Кларисса Пинкола. Бегущая с волками: Женский архетип в мифах и сказаниях/Перев. с англ. – М., 2012.
4. Эгмонт Россия. Официальный сайт издательства: [www.egmont.ru](http://www.egmont.ru)