

УДК 070.48:82–9(477)

ВІД ЕРОТИЧНОГО КОНТЕНТУ ДО ВОЄННИХ РЕАЛІЙ: ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНИЙ ДІАПАЗОН ЖУРНАЛУ «PLAYBOY УКРАЇНА»

САДІВНИЧА Марина,

аспірантка,

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна, e-mail: m.sadivnycha@journ.sumdu.edu.ua.

У статті розглядається проблемно-тематичний діапазон журналу «Playboy Україна» у період з 2017 до 2022 року. Визначено, що, окрім еротичного контенту, який використовується з метою привернення уваги, видання пропонує своїм читачам також якісні журналістські матеріали, а більшість авторських текстів належить дописувачам-експертам. Загальний проблемно-тематичний діапазон видання є відображенням соціальних процесів та явищ навколишньої дійсності, історичних подій і реалій сьогодення, а також – відповіддю на інформаційні смаки та інтереси аудиторії.

Ключові слова: франчайзингові видання, чоловічі журнали, Playboy Україна, авторські тексти, проблемно-тематичний діапазон.

FROM EROTIC CONTENT TO WAR REALITIES: PROBLEM-THEMATIC RANGE OF «PLAYBOY UKRAINE» MAGAZINE

The article examines the problem-thematic range of Playboy Ukraine magazine in the period from 2017 to 2022. It was determined that, in addition to erotic content used to attract attention, the publication also offers its readers quality journalistic materials, and most of the author's texts belong to expert contributors. The general problem-thematic range of the publication is a reflection of social processes and surrounding reality, historical events and realities of today, as well as a response to the informational tastes and interests of the audience.

Key words: franchising editions, men's magazines, Playboy Ukraine, author's texts, problem-thematic range.

Вступ. Франчайзингові видання для чоловіків є одним із найменш досліджених сегментів українського медіаринку. Серед причин низької зацікавленості науковців чоловічими часописами варто відзначити той факт, що ці журнали прийшли на український медіаринок значно пізніше за жіночі, кількість представлених в Україні чоловічих журналів невелика, також у суспільстві існує уявлення про чоловічі журнали як про видання винятково еротичного змісту. А втім часописи для чоловіків є доволі цікавими для дослідження, адже, як і будь-які медіа, вони є відображенням дійсності, суспільних процесів, цінностей, моральних орієнтирів і настроїв. Особливо актуальним у цьому контексті є проблемно-тематичний діапазон текстів окремих чоловічих журналів, що видаються на території України, зокрема журналу «Playboy Україна» як одного з найстаріших та найпопулярніших представників зазначеної групи видань.

До вивчення окремих аспектів функціонування чоловічих журналів зверталися різні українські та закордонні науковці. Глобалізаційні процеси в медіасфері на прикладах функціонування чоловічих журналів вивчала К. Ньюман [14], тематику, жанрологію, перспективи журнальної періодики для чоловіків в Україні досліджувала М. Кіца [3], гендерні аспекти в текстах чоловічих видань розглядали Н. Бочаро-

© Садівнича М., 2022

ва [1], В. Каленич [2], Ю. Осипова [6], О. Соболева [7], М. Чернодон [8] та ін. Журнал «Playboy» як зачинатель пласту часописів для чоловіків досліджували М. Янковіч [13], Г. Маркова [4; 5]. Зокрема, вивчаючи історичні передумови появи та становлення гендерно спрямованих видань, дослідниця Г. Маркова звертається до поняття «сексуальна революція» та визначає його «одним із найбільш важливих явищ новітньої історії людства» [5, с. 74]. Вона звертає увагу на ореол «аморальності» та ефект «забороненого плоду» й зауважує, що саме такі видання «знаменували собою подолання того «партійно-командного пуританізму», який становив основу морального складу радянської людини» [4, с. 383]. Як бачимо, особливу увагу дослідники чоловічих часописів, зокрема журналу «Playboy», приділяють висвітленню гендерних ролей чоловіка та жінки й появи на сторінках видання еротичного контенту, що стало справжнім історичним феноменом – відповіддю на виклики свого часу. Натомість інші аспекти функціонування журналу, зокрема проблемно-тематичний діапазон текстів як складова відображення соціальної дійсності й історичного періоду виходу журналу, залишаються поза увагою дослідників.

Наразі ж «Playboy» є одним із найвідоміших та найпопулярніших чоловічих видань у світі. І хоча значну частину його контентного наповнення дійсно складають еротичні фото, журнал надає читачеві також цікаву й корисну інформацію – новини, інтерв'ю, аналітику та авторську публіцистику. Саме авторські тексти журналу «Playboy Україна» становлять основу нашого дослідження, оскільки вони є продуктом творчості представників українського суспільства, а отже, відображенням його світогляду, ментальності й локальних соціальних процесів із середини країни.

Новизна дослідження полягає у визначенні проблемно-тематичного діапазону авторських текстів журналу «Playboy Україна», розумінні комунікаційної стратегії видання в контексті історичних подій та соціальної дійсності періоду виходу часопису.

Мета – визначити проблемно-тематичний діапазон авторських текстів франчайзингового журналу для чоловіків «Playboy Україна».

Завдання: виокремити й проаналізувати авторські публікації журналу «Playboy Україна», визначити їх проблемно-тематичне спрямування.

Об'єкт дослідження – авторські матеріали журналу «Playboy Україна». Предмет – тематично-змістове спрямування авторських текстів журналу.

Методи дослідження. Головними методами дослідження є контент-аналіз та дискурс-аналіз, що передбачають визначення авторських публікацій з-поміж контентного наповнення номерів журналу, а також встановлення їхнього тематико-змістового спрямування, авторських особливостей подання інформації та оцінок як частини загальної комунікаційної стратегії видання. Механізм дослідження передбачав відбір, аналіз авторських текстів журналу та класифікацію їх за тематично-змістовим спрямуванням, визначення співвідношення текстів різних тематичних груп, співставлення комунікаційної стратегії видання з історичним контекстом і соціальною ситуацією часу виходу журналу.

Результати й обговорення. «Playboy» без перебільшення можна назвати найвідомішим чоловічим часописом у світі. Журнал з'явився у 1953 р. і став першим глянцем, який почав використовувати еротичний контент як дієвий механізм привертання уваги чоловічої аудиторії. Саме такий формат журналів, започаткований редактором глянцею «Playboy» Х'ю Хефнером, сформував пласт чоловічої періодики в тому вигляді, в якому вона дійшла до наших часів, та дав поштовх розвитку чоловічої глянцевої журналістики.

Історичними передумовами появи журналу «Playboy» дослідниця Г. Маркова визначає «сексуальну революцію», що відбулася в західному світі в другій половині ХХ ст. «На ідеї, нав'язані «Сексуальною революцією», першим відгукнувся (і це надзвичайно показово!) молодий випускник університетського факультету психології і

на той час копірайтер респектабельного часопису «Esquire» Х. Хефнер» [4, с. 386], – розповідає дослідниця. Вона звертає увагу на те, що в основу концепції видання редактор «закладає подвійне тлумачення еротики та сексу у житті людини: з одного боку, журнал повинен справляти враження видання не дуже пристойного, що пропонує читачеві «заборонений плід» сексуальних фантазій, а з іншого – створювалось не просто видання для чоловіків, а часопис з прицілом на елітарну чоловічу аудиторію, людей заможних і схильних до показового, богомного способу життя» [4, с. 386]. Орієнтація на якісний контент, а не лише розважання читача фотографіями еротичного змісту утримувалося протягом усіх років існування глянцею. На його сторінках публікувалися оповідання відомих світових письменників, серед яких Володимир Набоков, Стівен Кінг, Станіслав Лем, подавалися інтерв'ю з такими особистостями, як Фідель Кастро, Мартін Лютер Кінг, Ясир Арафат.

«Журнал Playboy визнано одним із найбільших успішних й впливових журналів повоєнного часу. Корпорація не лише отримала 1600 престижних нагород і загальну повагу за свої інтерв'ю, статті та загальний дизайн, але й із гордістю заявляє, що це «єдина видавнича організація, яка стала великим світовим споживчим брендом», – розповідає дослідник М. Янковіч [13, с. 1]. Аналізуючи дослідження, присвячені історичному розвитку журналу, М. Янковіч стверджує: «Playboy не відкидає культурні ієрархії, навпаки, його прагнення до «якості» є спробою виділитися з-поміж інших журналів й інших формацій смаку й представити себе як кращий» [13, с. 12]. Можна припустити, що «Playboy» досі залишається взірцем й орієнтиром для чоловічих видань, адже протягом довгих років не тільки не втратив популярність, але й активно розвивається, розширює географію та завойовує нову аудиторію.

Вивчаючи особливості чоловічої журнальної періодики в Україні, дослідниця М. Кіца звертає увагу на зміни, які відбуваються з цим сегментом медіаіндустрії: «Сьогодні це не сукупність глянцеєвих еротичних фото, а вид ЗМІ, який має цікавий як текстовий, так і зображальний контент, висвітлює різноманітні теми суспільного, культурного, розважального, іноді політичного, економічного життя, націлений на конкретну аудиторію» [3, с. 147].

Варто зазначити, що на український медіаринок глянець потрапив лише у 2005 р. (перше видання журналу «Playboy», як ми зазначали вище, побачило світ у 1953 р). Видавцем журналу й досі залишається компанія «Бурда-Україна». «Легендарний журнал Playboy Україна десятки років збирає навколо себе чоловічу спільноту поціновувачів прекрасного. Світовий формат, який не потребує зайвих доказів своєї переваги», – зазначено на сайті журналу [9]. Головний редактор видання – Влад Іваненко.

Через пандемію коронавірусу весною 2020 р. американське видання «Playboy» повідомило про те, що відтепер друкована версія буде виходити не щомісячно, а спецвипусками. При цьому більшість регіональних видань глянцею залишили звичний формат, зокрема й українська версія. «Якось так виходить, що навіть у найгірші часи Playboy себе добре почуває, адже подібна розважальна преса, як на мене, дає людям заспокоєння», – прокоментував ситуацію головний редактор «Playboy Україна» Влад Іваненко [11], який на той час якраз викупив права на видання глянцею й став субліцензіатом журналу разом із компанією «Бурда-Україна». Із метою розширення аудиторії журналу планувалася деяка переорієнтація контентного наповнення, зокрема розширення діджитал-версії, активізація сторінок у соцмережах. Та початок повномасштабного вторгнення російських військ на територію України 24 лютого 2022 р. й історичні події, які відбувалися далі, спонукали видання до повної зміни тематичного спрямування й формату наповнення.

Досліджуючи проблемно-тематичний діапазон журналу «Playboy Україна», ми проаналізували авторські тексти, які з'являлися на сторінках друкованої версії журналу в період з 2017 до кінця 2021 р., а також номери, які виходили після 24 лю-

того 2022 р. (усього 20 номерів). За означений період було виокремлено 57 текстів, які, на нашу думку, можна вважати авторськими – тобто такими, що містять в собі авторські оцінки, емоційне ставлення оповідача до порушеної проблеми, посилання на авторський досвід (особистий або професійний), а також певні художні прийоми, які визначають особливий стиль автора.

Чоловічий журнал «Playboy Україна» подає читачеві матеріали з різних тем. Визначити чітке тематичне спрямування з першого погляду майже неможливо, тим більше, що набір рубрик змінюється майже в кожному номері, тож і тематичне наповнення різних номерів журналу різниться. Також помічено, що тексти одного й того самого автора можуть бути представлені в різних рубриках, навіть коли автор працює в межах одного тематичного спрямування. Наприклад, колонка лікаря національної збірної з хокею з шайбою Володимира Секретного публікувалася в рубриках «Спорт», «Здоров'я», «Колумніст», хоча автор не виходив за межі тематики спортивної медицини.

Деякі невідповідності трапляються й у назвах рубрик, що висвітлюють однакову тематику. Так, матеріали про спорт публікуються під рубриками «Спорт» та «У формі», матеріали медичного спрямування – «Здоров'я», «Організм», «Чоловіча консультація», тексти про моду подаються в рубриках «Мода», «Fashion». Стабільністю тематичного спрямування та чіткою назвою в кожному номері відрізняється рубрика «Подорожі». Також у різних номерах видання періодично з'являються рубрики «Закон», «Айті», «Дім», «Психологія». Авторські тексти представлені в усіх цих рубриках, але найбільше колонок-роздумів про соціальну дійсність публікуються в рубриках «Колумніст», «Думка», «Іронія».

Однією з тем, яка трапляється на сторінках журналу найчастіше, є здоровий спосіб життя. Привабливим із точки зору подання інформації є матеріал письменника Миколи Степанченка «Цікава дієтологія» (Playboy Україна, № 3, березень 2017 р.). Автор ділиться власним досвідом зниження ваги: «Сьогодні рівно рік, як я почав скидати вагу. За підзвітний період я втратив 22 кг». У матеріалі він розповідає про принципи харчування, які використовував сам, а також порівнює їх з популярними дієтами та виводить власне розуміння того, чому дієти не працюють.

Однак питання харчової поведінки не є характерним для журналу «Playboy Україна», у контексті здорового способу життя видання більше уваги приділяє темі фізичної активності. Значну увагу автори журналу звертають на «синдром перетренованості», що в їхньому розумінні є актуальною проблемою для сучасного покоління чоловіків. Наприклад, визначаючи типові помилки відвідування спортивної зали, лікар-дієтолог Наталія Григорєва говорить про неправильно побудований графік тренувань і нехтування потребами організму: «Нерідко, вирішивши слідкувати за здоров'ям та вагою, ми починаємо займатися мало не кожного дня до сьомого поту, але при цьому не оптимізуємо своє харчування. У підсумку ресурси організму виснажуються, сил на тренування не залишається, а бажаного результату при цьому ще не досягнуто». Таким чином, авторка радить своїм читачам жити за принципами помірності й усвідомленості не лише в тому, що стосується харчування, але й фізичних навантажень.

Інших аспектів здорового способу життя торкається заступник директора з медичної частини ДУ «Український медичний центр спортивної медицини МОЗ України», лікар національної збірної України з хокею з шайбою Володимир Секретний. У своїх матеріалах він розповідає про важливість збереження водного балансу в організмі, відпочинку, спортивні травми, осередки хронічної інфекції та необхідність профілактичного відвідування лікаря. У матеріалі «Внутрішні агенти небезпеки» (Playboy Україна, № 1, лютий 2021 р.) Володимир Секретний зазначає: «На превеликий жаль, одна з відмінностей між «вітчизняними» та «західними» пацієнтами – це небажання займатися власним здоров'ям. Можливо, це пов'язано з рівнем системи

охорони здоров'я, а можливо, із особливостями нашого менталітету – доки грім не гряде, мужик не перехреститься». Саме в цих рядках постає актуальність порушених автором проблем, адже культура профілактичного відвідування лікаря в нашій країні дійсно не розвинена належним чином, тож матеріали медичної тематики виконують просвітницьку функцію – звертають увагу читачів на необхідність стежити за власним здоров'ям.

Є на сторінках журналу «Playboy Україна» й тексти, присвячені психологічній тематиці, хоча видання й вважає цю тему більш «жіночою», що проявляється в стилі подання інформації, акцентах, а також гендерному складі авторів – психологічної тематики здебільшого торкаються дописувачки. Наприклад, про особисті кордони в стосунках між чоловіком та жінкою, а також емоційний інтелект читачеві розповідає психологиня Анна Хасіна. Авторка роз'яснює терміни, які, враховуючи моду на психологію, стали дуже популярними в суспільстві (особливо серед жінок): «Якщо твоя дівчина раніше часто говорила, що ти – черствий сухар», а тепер повідомила, що тобі не вистачає емпатії, то ось, що вона мала на увазі» (Playboy Україна, № 5, вересень 2020 р.).

Та на текстах Анни Хасіної професійний погляд на питання психології завершується, адже інші автори чоловічого глянцеу, які працюють у психологічній тематиці, не є фахівцями у визначеній галузі.

Так, часто на сторінках журналу трапляються тексти, автори яких розмірковують над питаннями психології, суспільних процесів і проблем, посилаючись на особистий досвід і споглядання соціальної дійсності. Найактивнішою дописувачкою, яка «розмірковує на найгостріші теми», є «розумна та щаслива колумнеса» Олександра Титаренко, відома в мережі під ніком tYtrnka. Творчий доробок авторки, опублікований на сторінках журналу «Playboy Україна», складають роздуми про щастя та його складові, міжособистісні стосунки, секс, а також – соціальні стереотипи, особливо ті, що стосуються жінок. У матеріалі «Ти маєш вигляд... офігенний» (Playboy Україна, № 1, лютий 2021 р.) авторка говорить про значення типового компліменту «Ти маєш вигляд, молодший за свої роки», вважаючи його проявом ейджизму. «Ми всі загнали себе в кут. Ми засмучуємося, якщо маємо вигляд на свої. Вдумайтесь: наш справжній вік апріорі наш ворог». Наводить приклади: «У такому-то віці в тебе мають бути діти, в такому-то – квартира, потім – дім».

До тематики соціальних стереотипів звертається й колумністка журналу «Playboy Україна», скандальна модель Настя Рибка. У матеріалі «Красуні й сірі мишки: хто надійніший у побуті» (Playboy Україна, № 6, листопад 2020 р.) авторка розповідає про власний досвід спілкування з чоловіками, які всерйоз вважають, що красива дівчина не може бути гарною дружиною, тому для життя потрібно обирати «когось простіше». «Насправді на хлопця безглуздо ображатися, оскільки думка про небезпечну чарівність не стільки його особиста, скільки суспільна», – стверджує Настя Рибка. Таким чином, авторка демонструє, що, незважаючи на те що світ змінюється разом із соціальними нормами та правилами, деякі упередження, характерні для масової свідомості, все ж залишаються актуальними. У матеріалі «Шукаємо чоловіка» (Playboy Україна, № 3, квітень-травень, 2021 р.) колумністка згадує ще один стереотип, який існує в масовій свідомості: «Всі дівчата хочуть зустрічатися із можливими хлопцями». Вона наводить власні аргументи, чому пошук заможного чоловіка вже не є пріоритетом сучасної дівчини: «Але зараз усе більше дівчат досягають успіху в бізнесі, стають незалежними від чоловіків, і фінансово – в тому числі», та робить висновки: «Саме зараз настав той час, коли від душі можна вибирати того, хто подобається, нікого не слухаючи, нічим не обмежуючись і керуючись своїми індивідуальними уподобаннями».

Питання гендерних стереотипів, зміни гендерних ролей та місця сучасних чоловіка й жінки в суспільстві розкриваються в текстах різного тематичного спряму-

вання – від психології до моди. Така тенденція визначається значним суспільним інтересом до гендерних питань, а відповідно – і зацікавленістю в окреслених проблемах авторів. Чоловічий погляд на зміни гендерних ролей демонструє автор журналу «Playboy Україна», ведучий телеканалу М1 та радіостанції «Російське радіо Україна» Андрій Чорновол у матеріалі «Стадні інстинкти» (Playboy Україна, № 3, квітень–травень 2021 р.): «Мені здається, світ сходить із розуму. Навіть найбрутальніші чоловіки замовляють собі капучино на безлактозному молоці, спілкуються з нутриціологом частіше, ніж зустрічаються з друзями, кожного тижня навідують косметолога та вдягають щоранку патчі». Проблема автор вбачає не в тому, що чоловіки почали більше уваги звертати на зовнішність, а в тому, що все це – данина моді, а не власні переконання сучасних чоловіків: «Достатньо кільком інфлюенсерам відмовитися від глютену або вирушити на ретрит, і десятки тисяч фоловерів вчиняють так само. Помітили, скільки в попередньому реченні іноземних слів? Це також данина часу та моді». У такий спосіб автор висловлює ставлення до деяких аспектів соціальної дійсності, порівнює свої переконання із загальними суспільними тенденціями й виводить власне бачення шляхів розв'язання проблеми.

Інколи на сторінках журналу «Playboy Україна» з'являються тексти, присвячені сучасній культурі, хоча їй приділяється не надто багато уваги. Єдиний матеріал про класичне мистецтво, що розглядається через призму коронавірусної дійсності й переходу життя в цифровий формат – «Культурна революція» (Playboy Україна, № 3, квітень–травень 2021 р.), належить перу колумністки Аліни Ясенюк.

Зазначимо, що більшу зацікавленість серед авторів часопису викликає діджиталізація як складова сучасної культури. Про сучасне цифрове мистецтво «кріптоарт» розповідає 3D-дизайнерка Таня Зубко, віртуальні моделі та цифрові інфлюенсери – тема роздумів редактора Севи Іматовича. «Із впевненістю можна стверджувати одне: світ навколо нас стрімко змінюється та вже ніколи не буде колишнім», – зазначає президент ХК «Кривбас» і засновник Theworldnews.net Олександр Шевченко в матеріалі «На порозі змін» (Playboy Україна, № 3, березень 2018 р.). Автор досліджує питання глобалізації та перенасичення інформаційного цифрового простору суперечливими думками, які формують світогляд сучасної людини. Він прогнозує, що з часом людство віддасть перевагу штучному інтелектові, оскільки навіть деякі сучасні комп'ютерні технології перевершують здібності людського мозку: «...навіть довершеність ліній у живописі та гармонію нот у музиці штучний інтелект відчуває більш тонко, ніж найдосвідченіший представник роду людського».

І в той час, як безліч галузей людської діяльності помітно переходять в онлайн-реальність, актуальності набувають живі відчуття та враження, які неможливо отримати винятково через монітор комп'ютера. Подорожі та все, що з ними пов'язане, – один із найяскравіших пластів контентного наповнення журналу, оскільки робочі поїздки за кордон, відпочинок, екскурсії та інші види активностей, пов'язаних із мандрями, наразі є звичною частиною стилю життя багатьох членів сучасного суспільства. Наразі у світі важко знайти людину, яка хоча б раз у житті не залишала кордонів рідної держави. Матеріали, присвячені подорожній тематиці, нерідко містять не лише розповіді про цікаві місця, але й конкретні практичні поради щодо перебування в тій чи іншій країні, в основі яких – власний досвід дописувачів. Серед авторів тревелогів представлені як мандрівники, тревел-експерти, тревел-блогери, так і представники інших професій, які мають яскравий досвід однієї або кількох поїздок за кордон і яким вони хочуть поділитися з читачами.

Деякі автори журналу «Playboy Україна» подають інформацію про подорожі в поєднанні зі спортом. У цьому випадку подорожня тематика відходить на другий план, поступаючись місцем складовій активного відпочинку. Наприклад, «давній друг журналу, відомий телеведучий та продюсер ранкового шоу «Пробуддись» на НЛЮ-ТБ» (ім'я не зазначене) віддає перевагу гірськолижному відпочинку. У матері-

алі «Ішгіль: причина розлюбити літо» (Playboy Україна, № 3, березень 2017 р.) він поєднує розповідь про особливості катання на сноуборді з описом та враженнями від місцевості, де любить відпочивати: «Коли тепло, мені сниться сніг, сниться стрімке шосе, яке стрілою прорізає затишні села – зразки тірольської архітектури, і, звісно, сниться долина Пацнауна, де я так люблю відпочивати». Іще один приклад поєднання подорожей зі спортом – матеріал співвласника яхтингової компанії FLEETS Андрія Іванова «Яхтинг без турбот» (Playboy Україна, №3, березень 2017 р.) розкриває читачеві головні складові успішної подорожі на яхті, а також місця, де це можна зробити. А співзасновниця та президент українсько-швейцарської компанії Porcelain Group Ольга Немченко розповідає про подорожі як про елемент корпоративної культури організації.

І звичайно, серед журналу багато тих, для кого подорожжя тематика є провідною – мандрівники, тревел-експерти, блогери. Це письменник Антон Фрідлянд, головний мандрівник bodotravel Віталій Дрозд, тревел-експерт bodotravel Євгенія Ушакова, тревел-блогерка Маша Кольшова, головний редактор сервісу tripmydream Євгенія Сидорчук, а також редакторка журналу «Playboy Україна» Юлія Першина.

Велику увагу видання приділило темі карантину. Пандемія коронавірусу та карантину – найактуальніша соціальна проблема, що порушується в авторських текстах 2020–2021 рр. Більшість текстів, створених у цей період, так чи інакше несуть у собі відбиток карантинної дійсності, причому неважливо, на яку саме тему вони написані. Такі тексти можна назвати найбільш суб'єктивними, оскільки всі вони базуються на особистому досвіді автора, котрий не просто спостерігає навколишню дійсність з боку, а перебуває всередині ситуації, відчуває на собі все те, про що розповідає в тексті. Автори діляться тим, що вони відчувають у цей непростий період, шукають конструктивні шляхи виходу з ситуації, що склалася, розповідають, як пандемія коронавірусу вплинула на певний пласт діяльності людства.

Домашня ізоляція суспільства призвела до того, що актуальними стали теми збереження психологічного клімату в родині, міжособистісні стосунки між чоловіком та дружиною. А перехід роботи у віддалений формат змусив по-іншому поглянути на облаштування власного житла, враховуючи що будинок мав перетворитися не тільки на місце сімейного затишку, але й на робочий кабінет. «...інтер'єрні пріоритети в 2021 році передбачувано змістилися. Дім в умовах перманентного локдауна став одразу і домом, і офісом, і тренажерною залом, і місцем романтичних зустрічей, де можна продовжити знайомство після 23:00, коли двері нічних клубів зачиняються», – розповідає дизайнерка Юлія Матвієнко в матеріалі «Особистий простір та інтер'єрні тренди епохи коронавірусу» (Playboy Україна, №3, квітень–травень 2021 р.).

Із початком повномасштабного вторгнення російської армії до України журнал «Playboy Україна» повністю реформатував свій контент, адже «Справжні непристойності не мають стосунку до сексу. Справжні непристойності – це війна, нетерпимість і вбивство одне одного», – Х'ю Хефнер (Playboy Україна, № 2, лютий 2022 р.).

Перший військовий номер журналу повністю присвячено подіям в Україні. У цьому номері немає еротичних фото та авторських текстів, видання подає велику кількість світлин відомих та невідомих фотографів (деякі взяті з соціальних мереж), які показують наслідки ворожих обстрілів, людей, котрі ховаються в бомбосховищах, військових, евакуацію, а також українські міста, щойно звільнені від окупації. «Особисто мені дуже важко дався цей спеціальний випуск. Події кожної світлини – це трагедія, історія, правда. Ми зібрали воєдино клубок горя. Щоб ні в кого не виникало сумніву: ми живемо на сторінках підручника історії. Нехай такі спецвипуски не виходять більше ніколи. ...», – зазначив у вступному слові до випуску головний редактор Влад Іваненко. Доволі емоційно прокоментував спецвипуск і власник бренду «Playboy» в Україні Олександр Шевченко: «Місяць ми готували цей номер. Історичний номер журналу Playboy. Цей номер побачить увесь світ. У ньому немає

текстів і того, що ви звикли бачити в нашому журналі – у ньому є лише війна. Усі 100 сторінок. 100 сторінок болю...» [12].

Черговий номер «Playboy Україна» редакція присвятила мистецтву під час війни. «Перед вами перший, унікальний артномер (надійшла така кількість робіт, що ми сподіваємося підготувати цикл випусків), у якому редакція Playboy збрала добробок українських митців. Важко уявити, що можна творити у военний час, але, виявляється, ще й як можна. Із подвоєною наснагою, з бажанням показати всьому світу свій внесок у вітчизняне мистецтво», – зазначено в журналі [10].

Обидва воєнні номери журналу продаються винятково в електронному форматі, а вилучені кошти від продажів редакція спрямовує на потреби військових, гуманітарну допомогу та забезпечення лікарень.

Висновки та перспективи. Тематичне спрямування матеріалів журналу «Playboy Україна» підтверджує загальну орієнтацію видання на якісний контент, присвячений актуальним проблемам сьогодення. Якщо ілюстративний матеріал журналу здебільшого виконує функції привертання уваги, то авторські тексти прагнуть подавати корисну інформацію, виховувати читача, допомагати розібратися з різними аспектами дійсності. При цьому саме гендерний склад команди авторів та тематичний діапазон текстів розширює аудиторію видання, виводячи її за рамки винятково чоловічої. Більшість загальних тем, як-то подорожі, медицина, психологія, є гендерно нейтральними, а деякі матеріали взагалі можна класифікувати як жіночі (колонки Олександри Титаренко та Насті Рибки), хоча саме наявність цих матеріалів на сторінках «чоловічого» журналу дає змогу чоловікам поглянути на деякі питання очима жінки. Після початку повномасштабного вторгнення російської армії до України журнал повністю переформатував свій контент – зі сторінок часопису зникли яскраві еротичні фото, їх замінили концептуальні світлини, які показують соціальну ситуацію й навколишню дійсність трагічного для країни історичного періоду. Тож загальний проблемно-тематичний діапазон журналу є відображенням соціальних процесів та явищ навколишньої дійсності, історичних подій і реалій сьогодення, а також – відповіддю на інформаційні смаки та інтереси аудиторії.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні проблемно-тематичного діапазону авторських текстів журналу в контексті історичних подій, а також у порівнянні з контентним наповненням інших франчайзингових видань.

1. Бочарова Н. С. Образ гегемонної маскулітності в українському медіадискурсі (на прикладі чоловічих журналів). *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2011. Вип. 6. С. 107–119.

2. Каленич В. Моделювання образу чоловіка на сторінках чоловічих глянцевого журналу. *Світ соціальних комунікацій*. Київ: КиМУ, ДонНУ, КПУ, 2013. Т. 9. С. 59–62.

3. Жіца М. О. Особливості журнальної періодики для чоловіків в Україні: тематика, жанрологія, перспективи. *Поліграфія і видавнича справа*. 2018. № 1. С. 147–155.

4. Маркова Г. Е. Ореол «аморальності» та ефект «забороненого плоду» як складові концепції часопису для чоловіків. *Діалог: медіа-студії*. 2014. Вип. 18–19. С. 383–391.

5. Маркова Г. Е. «Сексуальна революція» та її вплив на формування гендерно спрямованої преси. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2015. Вип. 15. С. 74–81.

6. Осипова Ю. І. Роль гендеру у формуванні медіастереотипів (на прикладі журналу «Men's Health»). *Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору*. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Херсон: Херс. держ. ун-т., 2016. С. 57–59.

7. Соболева О. В. Актуалізація гендерно-культурної диференціації глянцевого видання. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2015. Вип. 59. С. 193–196.

8. Чорнодон М. І. Метафоричність образу чоловіка у сучасних глянцевого виданнях. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. № 53. С. 95–98.

9. Журнал «Playboy Україна»: веб сайт. URL: <https://playboy.ua/page/subscribe> (дата звернення: 20.08.2022).

10. Поза стандартами Playboy: спецпроект про війну: веб сайт. URL: <https://playboy.ua/art/> (дата звернення: 20.08.2022).

11. «Принт – это для души. Зарабатывать будем на другом». Влад Иваненко о покупке лицензии Playboy и будущем издания в Украине. Media business reports: веб сайт. URL: <https://mbr.com.ua/ru/news/interview/2540-print-e-to-dlya-dusi-zarabatyvat-budem-na-drugom-vlad-ivanenko-o-pokupke-licenzii-playboy-i-budushhem-izdaniya-v-ukraine> (дата звернення: 20.08.2022).

12. Спецвипуск журналу Playboy присвятили війні в Україні. Фокус: веб сайт. URL: <https://focus.ua/uk/lifestyle/511549-specvypusk-zhurnala-playboy-posvyatili-voynе-v-ukraine> (дата звернення: 20.08.2022).

13. Jancovich, Mark. Placing Sex: Sexuality, Taste and Middlebrow Culture in the Reception of Playboy Magazine. *Intensities: A Journal of Cult Media*. 2001. pp. 1–14.

14. Newman, C. Healthy, wealthy and globalized? Reader letters to Australian Men's Health magazine. *Continuum: A Journal of Media & Cultural Studies*. 2005. Vol. 19. No 2. pp. 299–313.

1. Bocharova, N.S. (2011), «Image of hegemonic masculinity in the Ukrainian media discourse (based on the men's magazines)», *Mizhnarodnyj Naukovyj Forum: Sociologiya, Psichologiya, Pedagogika, Menedzhment [International Scientific Forum: Sociology, Psychology, Pedagogy, Management]*, issue 6, pp. 107–119.

2. Kalenych, V.M. (2013), «Modeling a man's image on the pages of men's glossy magazines», *Svit Socialjnykh Komunikacij [World of Social Communications]*, vol. 9, pp. 59–62.

3. Kitsa, O. (2018), «Features of magazine periodicals for men in Ukraine: topics, genology, perspectives», *Poligrafija i Vydavnycha Sprava [Printing and Publishing]*, no. 1 (75), pp. 147–155.

4. Markova, H.E. (2014), «The halo of «immorality» and the effect of the «forbidden fruit» as components of the concept of a men's magazine», *Dialog: Media-studiji [Dialogue: media studios]*, issue 18–19, pp. 383–391.

5. Markova, H. (2015), «Sexual revolution» and its influence on gender-slanted press formation», *Visnyk Dnipropetrovskogo Universytetu. Seriya «Socialni Komunikaciyi» [Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series «Social Communications»]*, issue 15, pp. 74–81.

6. Osypova, Yu.I. (2016), «The role of gender in the formation of media stereotypes (on the example of the magazine «Men's Health»)», *Actual Problems of the Modern Mass Media Space, Collection of Materials of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference*, Khers. State University, Kherson, pp. 57–59.

7. Soboleva, O.V. (2015), «Actualization of gender-cultural differentiation of glossy publications», *Naukovi Zapysky Nacionalnogo Universytetu «Ostrozka Akademiya». Seriya «Filologiya» [Scientific Notes of the National University «Ostroh Academy». Series «Philology»]*, issue 59, pp. 193–196.

8. Chornodon, M. (2013), «Metaphorical image of a man in the today's glossy magazines», *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of the Institute of Journalism]*, no. 53, pp. 95–98.

9. Playboy Ukraine magazine, available at: <https://playboy.ua/page/subscribe> (accessed 20 July 2022).

10. Playboy Ukraine (2022), «Art in a time of war», available at: <https://playboy.ua/art/> (accessed 20 July 2022).

11. Media business reports (2020), «Print is for the soul. We will make money on the other», Vlad Ivanenko on the purchase of the Playboy license and the future of the publication in Ukraine», available at: <https://mbr.com.ua/ru/news/interview/2540-print-e-to-dlya-dusi-zarabatyvat-budem-na-drugom-vlad-ivanenko-o-pokupke-licenzii-playboy-i-budushhem-izdaniya-v-ukraine> (accessed 20 July 2022).

12. Focus (2022), «A special issue of Playboy magazine was dedicated to the war in Ukraine», available at: <https://focus.ua/uk/lifestyle/511549-specvypusk-zhurnala-playboy-posvyatili-voynе-v-ukraine> (accessed 20 July 2022).

13. Jancovich, M. (2001), «Placing Sex: Sexuality, Taste and Middlebrow Culture in the Reception of Playboy Magazine», *Intensities: A Journal of Cult Media*, pp. 1–14.

14. Newman, C. (2005), «Healthy, Wealthy and Globalized? Reader Letters to Australian Men's Health Magazine», *Continuum: A Journal of Media & Cultural Studies*, vol. 19, no. 2, pp. 299–313.

UDC 070.48:82–9(477)

FROM EROTIC CONTENT TO WAR REALITIES: PROBLEM-THEMATIC RANGE OF «PLAYBOY UKRAINE» MAGAZINE

Sadivnycha Maryna, Phd student,

Sumy State University, 2, Rymsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine, m.sadivnycha@journ.sumdu.edu.ua.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3943-763>.

Introduction. Franchising magazines for men are one of the least researched segments of the Ukrainian media market. However, men's magazines are quite interesting for research, because, like any media, they reflect reality, social processes, values, moral guidelines, and attitudes. One of the most famous men's magazines in the world is Playboy magazine. Although a significant part of its content is indeed erotic photos, the magazine also provides the reader with interesting and useful information – news, interviews, analytics, and author's journalism.

Relevance of the study. The basis of our research is the author's texts of the magazine «Playboy Ukraine», as they are a product of creativity of representatives of Ukrainian society, and therefore a reflection of its worldview, mentality, and local social processes from the middle of the country. The purpose of our research is to determine the problem-thematic range of the author's texts of the franchise magazine for men «Playboy Ukraine».

Methodology. The main research methods are content analysis and discourse analysis, which involve the identification of the author's publications from among the content of the magazine issues, as well as the establishment of their thematic and content direction, author's features of information presentation and evaluations as part of the general communication strategy of the publication.

Results. Investigating the problem-thematic range of the magazine «Playboy Ukraine», we analyzed the author's texts of the printed version of the magazine in the period from 2017 to the end of 2021, as well as issues published after February 24, 2022. We divided the author's texts highlighted in the magazine into thematic groups: healthy lifestyle, psychology, social stereotypes, modern culture, travel. We paid special attention to the topic of quarantine. It was also discovered that with the beginning of the full-scale invasion of Ukraine by the Russian army, «Playboy Ukraine» magazine completely reformatted its content. The first military issue is dedicated to the events in Ukraine. It does not contain erotic photos and author's texts, the publication presents many photos by well-known and unknown photographers that show the consequences of enemy shelling, people hiding in bomb shelters, the military, evacuation and Ukrainian cities that have just been liberated from occupation. The editors dedicated the next issue of «Playboy Ukraine» to art during the war.

Conclusions. The thematic direction of the materials of the «Playboy Ukraine» magazine confirms the publication's general focus on quality content. Therefore, the general problem-thematic range of the magazine reflects social processes and the surrounding reality, historical events, and realities of today, as well as a response to the informational tastes and interests of the audience. The perspective of further research consists in studying the problematic and thematic range of the author's texts of the magazine in the context of historical events, as well as in comparison with the content of other franchise publications.

Key words: *franchising editions, men's magazines, Playboy Ukraine, author's texts, problem-thematic range.*

Стаття надійшла до редакції 03.08.2022.