



# МедиаТренды

Экспертный взгляд факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова на события в СМИ

## Содержание:

### Колонка редактора .....1

Страсть к журналистике – это важнейший инструмент освобождения женщин уже с начала 19 века, и потому в нашей профессии свободных, талантливых, умных и красивых женщин больше, чем в других

### Интервью .....2

Руководитель Центра гендерных исследований СМИ факультета журналистики МГУ Ольга Смирнова о феминизации журналистики

### Индикаторы .....3

Женщины – герои материалов СМИ, гендерное неравенство в СМИ и другие факты о женщинах в медиаиндустрии

### Тема номера .....4

Женщина и СМИ. Взгляд экспертов (Надежда Ажгихина, Галина Михалева, Мария Владимировна)

### Масс-медиа:

### теория и практика .....6

Доцент Ольга Минаева о женщинах в истории российской журналистики

### МедиаКалендарь .....6

XVIII в.: Екатерина II и указ о запрещенных книгах  
XIX в.: Редактор Осип-Юлиан Сенковский  
XX в.: Выпускник факультета журналистики МГУ – Владислав Листьев

### ЖЖ: жизнь журфака .....7

Журналистика – женская профессия?

### Книжные новинки .....8

«Диалоги о журналистике» Елены Вартановой и Надежды Ажгихиной; *Gendered transformations; Theory and practice on gender and media* Tonny Krijnen, *Claudia Alvares & Sofie Van Bauwel*; Гендер и СМИ. Ежегодник 2010

### Медиатекст .....8

Доцент кафедры стилистики русского языка Татьяна Сурикова о женском, лингвистическом, таком сокровенном

## КОЛОНКА РЕДАКТОРА



Страсть к журналистике – это важнейший инструмент освобождения женщин уже с начала 19 века, и потому в нашей профессии свободных, талантливых, умных и красивых женщин больше, чем в других.

темы творческих сочинений давали в прошлом году и будут ли задавать вопросы по математике на творческом конкурсе. Они с восторгом смотрят на преподавателей факультета, которые, как им кажется, досконально знают историю прессы, жанры журналистики, законодательство СМИ и медиатеории. Они твердо знают, что журналистов убивают за правду, но это их не смущает, потому что они хотят работать в журналистике – профессии творческой и социально значимой.

И мне нелегко сказать им, что их зарплата, скорее всего, будет небольшой, что их будут отправлять в горячие точки или просто на социальное дно, что им непросто будет стать главными редакторами или руководителями отделов, что их свиданиям будут мешать редакционные командировки, что они будут оставлять детей на бабушек-дедушек ради «нескольких строчек в газете».

Мне не хочется говорить им это еще и потому, что я знаю: они меня сейчас не послушают, как в свое время никого не слушали ни мы, ни наши предшественницы. Ведь страсть к журналистике – это важнейший инструмент освобождения женщин уже с начала 19 века, и потому в нашей профессии свободных, талантливых, умных и красивых женщин больше, чем в других. И хотя цели, которые ставили Роза Люксембург и Клара Цеткин, во многих обществах не достигнуты, журналистика по-прежнему ведет женщин к свободе.

Елена Вартанова

## Тема номера:

## ЖЕНЩИНА И СМИ

## ИНТЕРВЬЮ



**Ольга Смирнова, руководитель Центра гендерных исследований СМИ факультета журналистики МГУ**

### Феминизация журналистики: любой дисбаланс нельзя считать позитивным

**В последние годы все чаще слышишь о феминизации журналистики. Так ли это?**

Действительно, уже можно говорить об этом процессе как об устойчивой тенденции: журналистика приобретает все более явственное женское лицо. Россию сейчас называют в числе тех стран, наряду, скажем, со Швецией, где женщины в этой профессии составляют большинство. Нам, преподавателям факультета журналистики МГУ, легко убедиться в этой тенденции. Достаточно взглянуть на состав студенческой аудитории: уже более десяти лет ее гендерная пропорция составляет примерно 80/20, разумеется не в пользу юношей. И эти процессы происходят не только в России, но и во многих других странах. В то же время феминизацию журналистики нельзя считать абсолютным мировым трендом: например, во многих странах Азии, Ближнего Востока она сохраняет репутацию сугубо мужской профессии. Не так давно к нам приезжала делегация журналистов из Южной Кореи, которая, кстати, на 100% состояла из мужчин. Когда мы рассказали о том, что большинство журналистов в нашей стране – женщины, они выразили крайнее удивление и что-то вроде сочувствия.

**Считаете ли Вы такие тенденции позитивными?**

Мне кажется, любой дисбаланс нельзя считать позитивным. К тому же, несмотр-

я на то, что усиливается присутствие женщин не только в редакциях, но даже в зонах военных конфликтов, количество женщин-главных редакторов, продюсеров, издателей по-прежнему является шокирующе низким. Женщине в журналистике, как и прежде, необходимо прикладывать более значительные усилия, чем мужчине, чтобы доказать, что она может занимать высокие позиции. Кроме того, активная работа женщин в СМИ отнюдь не означает, что женщина заняла более значительное место и в содержании СМИ. Существует масштабный Проект по глобальному медиамониторингу (*Global Media Monitoring Project – GMM*), который занимается исследованиями репрезентации женщин в мировых медиа. Мониторинг проводится с 1995 г. каждые пять лет. Последнее исследование проводилось в период 2009-10 гг. Несколько сотен добровольцев изучали медиарепрезентацию мужчин и женщин в 1281 традиционном и 24 интернет-СМИ. Подробные данные можно посмотреть на сайте *Who Makes the News?*. Расскажу только об основных результатах: проведенный в один день мониторинг новостей в 108 странах показал, что 76% людей, о которых упоминали СМИ в этот день – мужчины, а 24%, как можно догадаться, – женщины. При этом только в 13% случаев женщины были непосредственными героями новости. В то же время довольно значительная часть – 37% – авторов сообщений являлись женщина-

ми. Также отмечалось, что, к примеру, возраст женщин в новостях упоминался в два раза чаще, а семейное положение – почти в четыре раза чаще, чем у мужчин.

**А какими были результаты по России?**

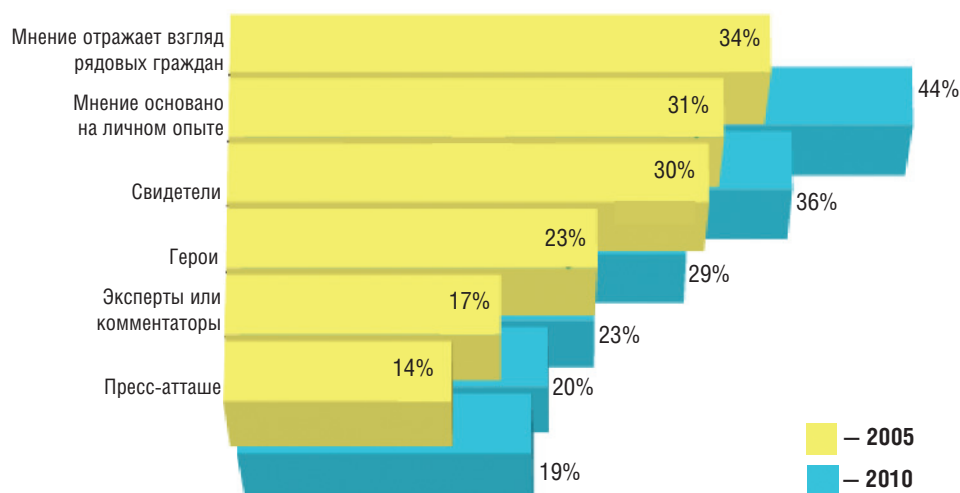
К сожалению, Россия в этом мониторинге участия не принимала. А жаль – содержание российских СМИ по-прежнему изобилует гендерными стереотипами, транслирующими устаревшие представления о роли мужчины и женщины. Особенно это заметно, если речь идет о женщине, добившейся определенных успехов. Часто ли в СМИ подчеркивается семейное положение политиков-мужчин, за исключением, пожалуй, «старика Батурина» – бывшего мэра Москвы? Известно ли нам из новостей, сколько блондинов и брюнетов в российском правительстве? Нет. СМИ придают значения таким подробностям только, если политик – женщина. Еще свежи воспоминания о том, какую кампанию «блондинка&брюнетка» развернули российские СМИ, в том числе позиционирующие себя как качественные, в период смены состава кабинета министров пару лет назад. В целом медиадискурс вокруг публичных персон женского пола демонстрирует, что женщина на лидирующих позициях продолжает оставаться в России явлением непривычным и в целом неодобряемым.

## Герои материалов СМИ



Источник: Global Media Monitoring Project, 2010

## Женщины в материалах СМИ, 2005–2010 гг.



Источник: GMMP global report, 2010

## Освещение проблемы гендерного неравенства в материалах СМИ



Источник: Global Media Monitoring Project, 2010

## Факты

- Устав Организации Объединенных Наций, подписанный в Сан-Франциско в 1945 г., стал первым международным соглашением, провозгласившим равенство мужчин и женщин в качестве основополагающего права человека.

- По данным глобального проекта по мониторингу СМИ, проведенного в 2010 г., только 6% контента в масс-медиа посвящено проблемам гендерного неравенства. Новости все еще рисуют мир, в котором мужчин больше, чем женщин. Согласно исследованию, женщины в СМИ появляются чаще всего в роли обычных граждан, а мужчины выступают в роли экспертов. 46% материалов в СМИ насаждают гендерные стереотипы, в то время как материалы, которые подвергают сомнению гендерные предубеждения, намного меньше (6%).

- Процент женщин-журналистов в России неуклонно растет. Исследователи выяснили, что до Октябрьской революции женщины в журналистике были напечет, в первые годы советской власти их было всего 10%, в шестидесятые годы – около 25%, в семидесятые – около трети, в девяностые – 37%.

- Статистика показывает, что в общем числе материалов СМИ 46% были подготовлены женщинами. Согласно последним исследованиям, масс-медиа уделяют женской части населения меньше внимания в онлайн-СМИ – женщины выступают героями публикаций только в 23% материалов интернет-изданий.

- В США первой женщиной-журналистом стала Энн Ньюпорт Роял. Она была корреспондентом и редактором. Свою карьеру Энн начала, когда ей было 51 год, а в 62 она стала издателем газеты *Paul Pry*, которую позже переименовали в *The Huntress*. Она была первой женщиной-репортером, которая взяла интервью у американского президента. На ее вопросы отвечал шестой президент США Джон Квинси Адамс.

## ЖЕНЩИНА И СМИ



Надежда Ажгихина



Галина Михалева



Мария Владимирова

## Надежда Ажгихина, секретарь Союза журналистов России

## Женщины в СМИ эпохи глобализации

Роль женщин в развитии журналистики и медиаиндустрии за последние 20–25 лет становится все более заметной, привлекает внимание исследователей и практиков во всем мире. В университетах многих стран создаются новые программы, посвященные гендерным проблемам.

В десятках стран работают ассоциации и клубы женщин-журналистов. Международная федерация журналистов поддерживает деятельность Гендерного совета МФЖ, призванного поддержать журналисток и создать для них равные условия труда и участия в профсоюзном движении. Среди лауреатов наиболее влиятельных международных наград в области журналистики – премии имени Гильермо Кано ЮНЕСКО, премий Комитета защиты журналистов и многих других – все больше женщин (совсем недавно, в конце 2010 г. премия КЗЖ была присуждена главному редактору дагестанской газеты «Черновик» Надире Исаевой). Почти все они награждены за проявление редкого

мужества наряду с профессиональным мастерством, многие подвергались преследованиям за свою работу. Совершенно очевидно, что женщины в эпоху глобализации принципиально меняют медийный ландшафт – прежде всего в журналистике, осваивая ранее недоступные для «слабого пола» сферы, – политику, расследования, военный репортаж (в котором исследователи уже отчетливо определяют «женские» черты – внимание к жизни человека, вовлеченного волею судьбы в конфликт, сочувствие человеку и даже совмещение репортерских и правозащитных функций). Журналистки дольше задерживаются в зоне конфликтов, они описывают процесс построения мира после конфликта и участвуют в формировании языка добрососедства и взаимопонимания как альтернативы «языка вражды». Об этом говорили участницы Первой международной конференции ЮНЕСКО «Женщины в зонах конфликтов как носительницы языка мира» в 2009 г. в Москве, об этом продолжает-

ся разговор на сайте проекта СЖР и ЮНЕСКО. Следующая встреча намечена на 2011 год на Ближнем Востоке. Интересно, что международные программы и проекты СМИ в последние годы настойчиво продвигают идеи диалога доверия («Журналистская этическая инициатива» МФЖ, «Формула доверия» СЖР и другие), и журналистки играют в этой работе все более заметную роль.

К сожалению, медиаиндустрия продолжает занимать довольно жесткие позиции в отношении трудящихся женщин, несмотря на растущее число женщин-лидеров и топ-менеджеров (их сегодня более 20% в мире,) Средняя зарплата женщин в отрасли по-прежнему сохраняется на уровне 60–70% в мировом масштабе. Социальные гарантии для женщин с детьми в условиях глобализации и продолжающейся экономической рецессии заметно редуцируются во всем мире. Профессиональные организации ищут новые формы поддержки гендерного равенства в профессии.

## Галина Михалева, председатель Женской (гендерной) фракции Российской объединенной демократической партии «Яблоко»

### Средства массовой информации о женщине и женщина в российских средствах массовой информации

При сравнении проблематики публикаций, посвященных женщинам, и спектра «женских», адресованных женщинам, журналов, газет, радио- и телепередач в России и других странах (не только на Западе, но и в ряде стран – союзниц по бывшему соцлагерю или братских республик в составе СССР) бросается в глаза фундаментальное различие. «Там» женщина в медийном поле – политик, бизнесвумен, решающая социальные проблемы и делающая карьеру. Конечно, ее роли жены, матери, подруги тоже присутствуют. Есть и гламурные журналы и психологические советы, как вести себя с партнером или рецепты блюд. Но есть и феминистские издания, есть серьезные дискуссии о роли женщины в обществе, семейной роли мужчины, критика случаев дискриминации или насилия – всерьез и не только – в изданиях, адресованных женщинам, но и гендерно нейтральных. В российском медийном поле женщина присут-

ствует в двух ролях: мать-жена, в традиционной роли хранительницы домашнего очага или же товара, предлагаемого на продажу (красотка), или более того, необходимого для продажи других товаров (от парфюма до машин) аксессуара. В России нет ни одного серьезного издания или постоянной передачи, посвященной проблемам дискриминации женщин. Это тема – скорее экзотика для наших СМИ. Неудивительно, что пару лет назад на программу самого либерального по репутации радио «Эхо Москвы» с темой «Может ли женщина быть президентом России?» приглашаются одни мужчины.

А между тем, именно журналистика – та сфера, в которой, в отличие от политики или бизнеса, работает большое число женщин, а на факультетах журналистики студентки составляют подавляющее большинство. Это означает, что журналистки воспроизводят и своим подходе и в темах, которые они

выбирают (а может быть, и в непрофессиональной сфере тоже) гендерные стереотипы о «биологической предопределенности» и традиционной роли женщины, главное для которой – муж и дети, не соотнося позицию, которую они доносят до реципиента, с собственной ролью профессионала, может быть, даже сделавшего карьеру или имя в журналистике. Они подстраиваются под «мужское видение» мира, вместо того, чтобы раскрыть глаза своим читательницам, слушательницам, зрительницам, рассказать им, что мир быстро меняется: государствами руководят женщины, а мужчины не считают зазорным взять отпуск по уходу за ребенком: распределение семейных ролей основано на принципе партнерства, а государства проводят специальные политики по ликвидации и предотвращению гендерной дискриминации. Пора российским журналисткам тоже об этом задуматься.

## Мария Владимировна, шеф-редактор журнала «Журналист»

### Размах крыльев

Вспоминаю любимый журфак МГУ. Когда я только поступила на факультет, перед студентами стояла задача выбрать специализацию. В некоторые группы можно было запросто записаться, в другие же был объявлен набор на конкурсной основе. В элитную телевизионную группу брали только тех девочек, которые имели опыт работы на телевидении. Мальчикам для того, чтобы попасть в группу, к нашему удивлению, требовалось только желание. Опыт работы был не нужен. Покойный Георгий Владимирович Кузнецов, зав. кафедрой телевидения и радиовещания, к студенткам относился с большой симпатией, но считал, что они будут в профессии до тех пор, пока не выйдут замуж, а «задача жены – мужу дома щи варить».

Еще двенадцать лет назад мы узнали, что журналистика, которую мы выбрали, на самом деле – тяжелая профессия, вторая по смертности после шахтерской. Однако эта мужская специальность, на мой взгляд, сегодня

держится на женщинах. Они, в отличие от мужчин, более усердны, настойчивы и менее амбициозны. Но дамам зачастую не хватает широты полета (размаха крыльев): они довольствуются малым и не ставят перед собой грандиозных целей, не строят наполеоновских планов – а зря. «Если ты устанавливаешь свою планку нереально высоко и пытаешься допрыгнуть до нее, то твой провал на голову превышает величайшие достижения других людей», – считает Джеймс Кэмерон, и я с ним полностью согласна. Кто ставит свою планку «нереально высоко» – добивается многого. И нет тут никакой дискриминации по половому признаку – все дело в самих женщинах, их самоощущении в профессии и внутренней свободе. Последнего пока не хватает. Не хватает этой свободы подчас и мужчинам, а точнее молодым людям, которые обучаются журналистике. Преподаявая журналистскую этику в одном из московских вузов, я стараюсь давать студентам побольше практиче-

ских заданий, цель которых – научить ребят видеть события и размышлять над ними. Рассуждают студенты здраво, высказывая самые разные точки зрения, делают смелые заявления, но, как только речь заходит о каких-то реальных действиях, почему-то робеют и прячутся в кусты, даже когда дело касается их прав. От того ли, что они правильны и законопослушны? Скорее, они боязливы и самоцензурированы, предпочитают не высовываться – рисковать собой, своим местом в вузе и высшим образованием (а вдруг отчислят?) они не хотят. Получается, что наши молодые люди уже знают правила игры, по которым им предстоит играть во взрослой жизни. Откуда? Ведь их этому никто не учил. Просто они смотрят на старших, перенимая от них и хорошее и плохое, и делают так же. Но все-таки более решительные действия и поступки совершают, как правило, именно женщины. А значит, и от них зависит, каким будет наше общество в будущем. А что думаете об этом вы?

## Ольга Минаева, доцент факультета журналистики МГУ



### Женщины поднимали важнейшие для общества вопросы

Тема «Женщины в российской журналистике» необъятна по количеству примеров и звучных имен. Беглый обзор ее можно начать с императрицы Екатерины II, которая называла Россию «моим маленьким хозяйством» и наводила по мере возможности в нем порядок. Она основала первое в России учебное заведение для девочек – Смольный институт благородных девиц. Она издала указ «о вольных типографиях», с которого началось частное книгопечатание в России, инициировала (и финансировала) соз-

дание сатирических журналов и вступала в публичные дискуссии с издателем Н. И. Новиковым, писала пьесы, сказки, журнальные статьи, исторические драмы, либретто для комических опер, записки по истории, «Русскую азбуку». Формирование русской интеллигенции началось именно с «золотого века» Екатерины II, когда сложилась традиция самовыражаться, печатая в «домашних» типографиях «мысли светлые» и обсуждать их в дружеском кругу.

Российским женщинам равные права с мужчинами принес XX век. Временное правительство приняло решения, которых добивались несколько поколений женщин: право участвовать в выборах и получать образование. Первые девушки-студентки появились в Московском университете в 1917 г.: их было 165 из 2500 первокурсников. Русские революционерки активно выступали в прессе, агитировали за программы своих партий. Многие имена известны сейчас благодаря экзотическим биографиям, а не журналистскому наследию. Но хотелось бы напомнить, что женщины поднимали

ли важнейшие для общества вопросы. В 1918 г. Надежда Крупская написала, в частности, статью, в которой призвала легализовать аборт. Она мотивировала необходимость этой меры условиями Гражданской войны, разрушением семейных отношений и повсеместным насилием. Но – вне связи с конкретной исторической обстановкой – эта мера соответствовала взглядам Крупской. Женщина имеет право решать, когда и сколько детей ей рожать. Тема эта актуальна и сейчас, спустя почти век. Можно вспомнить также скандальные публикации Александры Коллонтай о любви – теорию «стакана воды». Да, в «женской публицистике» много перехлестов, избыток эмоций, приметы борьбы. Отчасти на агрессивность публикаций по «женскому вопросу» влиял высокий уровень агрессивности советской журналистики 1920–1930 гг. Борьба с религией, классовая борьба и т. д. – борьба за права женщин велась по тем же схемам, осложняя отношения в семье и воспитание детей. Советские женщины получили равноправие из рук государства.

## МедиаКалендарь

### XVIII век

27 марта 1786 г. Екатериной II был принят указ «О недозволении производить продажу книг, исполненных странными мудрствованиями». Среди запрещенных книг были: «О заблуждениях и истине», «Апология или защищение вольных каменщиков», «Братское увещание», «Хризомандер, Аллегорическая и Сатирическая повесть», «Карманная книжка», «Парцельса Химическая, Псалтырь». Указом повелевалось: Новикову и другим владельцам вольных типографий в Москве строжайше подтвердить, чтобы они остерега-

лись издавать названные книги под опасением не только их конфискации, но и лишения права содержать типографию.

### XIX век

31 марта 1800 г. родился Осип-Юлиан Иванович Сенковский – редактор, писатель, востоковед, политолог, коллекционер. В 1820-х гг. близко сошелся с Ф. В. Булгариним, Н. И. Гречем. Был сотрудником в «Северном архиве», «Сыне отечества», «Северной пчеле» и др. В 1834–1847 гг. – редактор ежемесячного «журнала словесности, наук, художеств,

промышленности, новостей и мод» «Библиотека для чтения», в котором публиковал свои материалы на разные темы. Светские, бытовые, сатирические повести печатал в журнале под псевдонимом Барон Брамбеус.

### XX век

1 марта 1995 г. был убит Владислав Николаевич Листьев – журналист, телеведущий, первый генеральный директор ОРТ. Листьев – выпускник факультета журналистики МГУ, один из ведущих программы «Взгляд», один из основателей телекомпании ВИД, которая делала телепро-

граммы для «Первого канала» Центрального телевидения. С 1991 г. Листьев стал генеральным продюсером телекомпании, а с 1993 г. – ее президентом. В 1995 г. Листьев перешел из телекомпании «ВИД» на канал ОРТ, стал его генеральным директором. Дело об убийстве Листьева не раскрыто до сих пор.

В марте 1993 г. вышел пилотный номер еженедельника «Мир новостей». В настоящее время тираж газеты составляет 850 000 экземпляров. Газета является одним из самых популярных изданий для семейного чтения.

# ЖЖЖ



## ЖУРНАЛИСТИКА – ЖЕНСКАЯ ПРОФЕССИЯ?

### Евгений Дмитриевский

Журналистика не женская профессия, тема слишком эмансипирована. Девушек учатся слишком много, потому что с естественными науками у большинства из них проблемы, да и представить сложно девушку-физика, к примеру. Поэтому большинство девушек идут на психологию, социологию, журналистику, филологию и тд. Отсюда получается, что девушек в гуманитарных областях больше, чем юношей. Так как имеется определенные установки общества о том, что если ты мужчина, ты должен заниматься чем-то научным. Стереотипные мальчишки идут на экономику, потому что все туда идут. Много хороших журналистов как женщин, так и мужчин. Вывод.

### Маша Overfall Перепада

Если рассматривать вопрос с той точки зрения, что женщины обладают некоторыми чертами (чуткость, интуиция), которые помогают располагать к себе и устанавливать с собеседником контакт, то да – определено женская!

### Jekky Jekky

Жень, «если ты мужчина, ты должен» деньги зарабатывать и семью обеспечивать, а как ты это будешь делать – личное дело каждого (только не надо сейчас про бандитов писать и тд и тп) а

идут на экономику, юриспруденцию и управление, потому что для многих это реально кормушка по окончании университета, а многие наивно думают, что смогут зарабатывать) но кому-то везет;

а насчет, женская или неженская профессия... редкие девушки поступают на журфак для того, чтобы потом стать военным журналистом или журналистом-международником или журналистом-аналитиком... да и парней таких не много, все хотят много зарабатывать и красиво жить, путая журналистику с шоу-бизнесом. поэтому у нас шоу-мен Малахов почему-то называется журналистом.

но все же журналисты есть отличные и среди женщин, и среди мужчин, разделять не стоит)

### Евгений Кожевников

Независимо от пола человек может преуспеть везде. Исходя из этого, я считаю, что журналистика – профессия как для мужчин, так и для женщин. Да, большинство наших коллег составляют представительницы прекрасного пола, но я более чем уверен, что не каждая девушка (впрочем, как и не каждый мужчина) способна изучить и понять все «прелести» мира журналистики. Я не хочу сказать, что журнали-

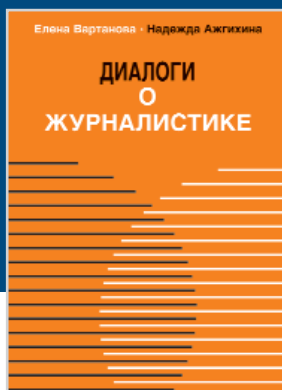
стами рождаются. Просто этот путь становления так называемым мастером пера под силу немногим.

### Ирина Подгорная

Заблуждение о том, что журналистика – женская профессия идет, как мне кажется, из университетов, где традиционно на факультете журналистики количество представителей женского пола преобладает над мужским. Подобный стереотип мы наблюдаем в школах: учитель – женская профессия. На деле же оказывалось, что мужчины-преподаватели справлялись со своей работой лучше некоторых женщин.

Я думаю, что есть очень мало истинно мужских/женских профессий. Каждый занимает свое место в жизни в соответствии со своими способностями, поэтому нельзя говорить, что в такой универсальной профессии, как журналистика какой-то пол справляется лучше. Мужчины замечательно пишут о политике, а женщины – о туфлях (утрировано, конечно, но об обуви тоже нужно уметь писать). Или мужчины замечательно пишут про костюмы, а женщины – про восстание в Египте. Женщин в принципе больше, поэтому стереотип «журналистика – женская профессия» – это не что иное, как количественное преобладание женщин в стране в целом.

## КНИЖНЫЕ НОВИНКИ



### Диалоги о журналистике

Елена Вартанова, Надежда Ажгихина

В книге затронуты актуальные темы современной журналистики: какой стала российская журналистика в условиях рынка и информационно-коммуникационной революции, что отличает российские масс-медиа от СМИ в других странах, каковы отношения журналистов и власти, как выглядит российская публицистика о «маленьком человеке». Книга адресована широкому кругу читателей, всем, кому интересны тенденции развития журналистики и небезразлично ее будущее.



### Gendered transformations Theory and practice on gender and media

Edited by Tonny Krijnen,  
Claudia Alvares & Sofie Van Bauwel

Отражая актуальные исследования ведущих экспертов в области гендера и СМИ, книга предлагает читателям необычный подход, который позволяет по-новому взглянуть на традиционное понимание гендера. В книге представлен междисциплинарный подход к гендерным исследованиям, что отражает последние тенденции в сфере теории и методологии СМИ.



### Ежегодник «Гендер и СМИ – 2010»

Под ред. О. В. Смирновой

Выходит в свет очередной выпуск ежегодника «Гендер и СМИ», подготовленный Центром гендерных исследований факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. В нем анализируются процессы феминизации журналистики в России и в мире, роль женщины в современных средствах массовой информации, трансформации образов женщины и мужчины в российской прессе, а также результаты исследований наличия гендерных стереотипов в контенте федеральных телеканалов.

## МЕДИАТЕКСТ

### Сурикова Татьяна, доцент кафедры стилистики русского языка

Сегодня о своем – женском, лингвистическом, таком сокровенном



Вот есть модные слова. Кстати, они были всегда. Даже тогда, когда, как мы думаем, их еще не было. «На модном слове "идеал", – пишет А. С. Пушкин, – тихонько Ленский задремал». Но у каждого времени они свои. У нас все больше англицизмы: *тренды*, *бренды*, *лейблы* всякие, *шопинг*... Мы, лингвисты, их ругаем. Так положено: мол, и смысл размыт, и звучит коряво, и вообще есть русские синонимы. Впрочем, кто это мы? В. Г. Белинский, например, поучал: «Употреблять иностранное слово, когда есть равносильное

ему русское слово, – значит оскорблять и здравый смысл, и здравый вкус». Прямо так и писал. Но он был мужчина – и поэтому многого не понимал. Простим ему. Так что мужчины-лингвисты, пожалуй, и будут ругать всякие *тренды-бренды*. Не будем судить их строго. А мы, женщины, – никогда! Уж эти слова – точно. Вот слово *шопинг*. Да в нем вся женская суть, если хотите! Не зря же к нему сразу приклеилось слово *терапия*. И получилась уже русское (правда, из импортных комплекующих) слово *Шопинг-ТЕРАПИЯ*. И писать его надо только с больших букв. Вот так. Это же шикарный метод лечения израненного бытом женского сердца. Разве *шопинг* – это только покупки? Мужчинам этого не понять. Зачем покупать? Но пересмотреть, перещупать, перемерить весь мега-молл, насмерть умучив продавцов, – в общем, глаза полечить и испытать, как это называют психологи, эмоцию обладания. Вот что нам надо. Хотя почему это только эмоция? Мужчины! Поздравляю с наступающим НА ВАС 8 марта! Для вас *шопинг* – хождение по мукам, но устройте любимым женщинам *ТЕРАПИЮ. ТЕ-РА-ПИ-Ю!!!* Желательно в ювелирном отделе и чтоб не только примерять.



**Главный редактор:** Елена Вартанова. **Шеф-редактор:** Денис Дунас. **Отв. секретарь:** Нонна Котрикадзе. **Фотокорреспондент:** Анна Сетина, Георгий Шпикалов. **Над номером работали:** Марина Абдуллаева, Олег Бакулин, Вера Караева, Диана Кульчицкая, Светлана Савельева, Ирина Сурнина. **Дизайн:** Арина Баланцева. **Верстка:** Елена Сиротина. **Адрес редакции:** 125009 Москва, Моховая ул. 9, оф. 107. **E-mail:** mediaandtrends@gmail.com  
Отпечатано в УПЛ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова

Издатель:  
Факультет журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова