

ровать тех, кто непосредственно в нее вовлечен. Будь то жертвы торговли людьми, заключенные, люди, оказавшиеся по разным причинам в самых низших слоях общества, – все они должны иметь право и возможность высказывать свое мнение и быть услышанными остальными членами общества.

Таким образом, очевидно, что цель нарушения дискурса маскулинности и установления гендерно-корректной коммуникации есть разрушение иерархий, по какому бы признаку они ни выстраивались.

¹ Тема маскулинности имеет большую исследовательскую традицию. Подробнее об этом см. Грэй А., Киммель М., Ланг Дж. «Мужчины, типы маскулинности и развитие личности: расширяя возможности гендерного равенства». Издание переведено и опубликовано в рамках проекта ПРООН «Интеграция гендерного равенства в работу Программы развития». В данном пособии под маскулинностью понимается глобальный дискурс, который является причиной и следствием определенной конфигурации власти, ведущей к формированию социальных практик и ценностей, производящих различные системы неравенства (гендерного, по признакам расового, классового, возрастного различия и т. д.).

Инна Гуляева
Московский гуманитарный институт
имени Е. Р. Дашковой (Россия)

БЕСПЛАТНЫЕ ГАЗЕТЫ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА (на примере района Ясенево города Москвы)

За последние годы в Москве проявилась тенденция значительного увеличения количества бесплатных газет. Они очень различаются и по характеру информации, и по периодичности, и по способу распространения. Для подробного анализа мы выбрали те из них, которые доставляются на дом читателям. В современном крупном городе человек, даже не выписывающий ни одной газеты или журнала, получает на дом, как правило, целый комплект различных бесплатных изданий. В данной работе мы будем анализировать только те из них, которые имеют характеристики газеты. Кроме того, мы ограничили наше исследование по территориальному признаку: в нем рассматриваются издания, доставляемые читателям одного московского района – Ясенево.

Этих газет пять: «Ясенево» (ежемесячная), «За Калужской заставой», «Округа», «Экстрa М» и «Центр PLUS» (еженедельные).

Учредителем газеты «Ясенево» является управа одноименного района. Издателем – ООО «Телекомпания Сокол 21 век». Объем газеты – 8 полос. Основное содержание материалов составляет информация о событиях в районе, произошедших и планируемых. Газета стремится отражать все наиболее значимые для населения темы (рубрики «Закон», «Строительство», «Торговля», «ЖКХ» и др.). Есть в издании и постоянная рубрика «Проблема», однако материалы, помещаемые в ней, зачастую только констатируют проблему, но не предлагают поиска ее решения. Рубрика ответов на вопросы читателей публикуется на последней странице и самым мелким шрифтом, что, на наш взгляд, не отвечает задачам районной газеты. Поскольку муниципальное собрание Ясенева не имеет собственного издания, в районной газете ему отведен специальный раздел «Новости муниципалитета». Оформление газеты вполне традиционно, фотографии в основном статичны и не отличаются оригинальностью. Реклама в этой газете публикуется редко.

Газета «За Калужской заставой» также является официальным изданием. Ее учредитель – префектура Юго-Западного административного округа, издатель – ГУП «Окружная газета ЮЗАО». Ясенево – только один из районов распространения этого издания. Объем газеты – 16 полос. В сравнении с районной газетой окружная выглядит гораздо более разнообразной по тематике и жанрам. Кроме разделов, отражающих жизнь округа, в ней есть раздел, посвященный событиям городского масштаба. В каждом выпуске газеты имеется двухполосный тематический раздел. Часто публикуются интервью с интересными людьми, живущими в округе, и материалы исторического и мемуарного характера. Имеются в газете и информационно-развлекательные материалы: телепрограмма на неделю, различные советы по хозяйству, информация о культурных событиях, юмористические заметки, кроссворд и народный календарь. Примерно две полосы газеты занимает реклама, причем иногда она бывает оформлена как информационная заметка. Следует отметить, что стиль текстов и заголовков, особенности оформления газеты указывают на то, что она ориентирована прежде всего на людей старшего возраста, преимущественно пенсионеров, которые и являются, по-видимому, основными ее читателями.

В отличие от двух предыдущих газета «Округа» учреждена и издается коммерческой организацией – ЗАО «Экстра М Медиа». Поэтому реклама в ней занимает от 40 до 60 процентов (объем газеты при этом колеблется от 12 до 20 полос). Это городская газета, имеющая окружные выпуски.

«Округа» ориентирована в большей степени на молодого читателя; на это указывают яркое многоцветное оформление, интервью со звездой в каждом номере, тематика материалов. В газете публикуются различные заметки о новостях города и округа, есть разделы, посвященные образованию, досугу, товарам и услугам. Критерий полезности информации – основной для этого издания. Материалы в «Округе», как правило, невелики по объему, информационно насыщены, сопровождаются таблицами и схемами. В газете печатается также телепрограмма, кроссворд, гороскоп, подборка анекдотов из Интернета. В «Округе» используются самые разные способы общения и взаимодействия с читателем: письма читателей, опросы, переписка по электронной почте. В газете печатаются также некоммерческие объявления читателей.

Газеты «Экстра М» и «Центр PLUS» – рекламные общегородские издание, имеющие территориальные выпуски. В первой из них кроме рекламы публикуется телепрограмма на неделю, анонсы кино, концертов, выставок и спектаклей, гороскоп, а также интервью со звездой. Вторая газета менее интересна, поскольку содержит только рекламу.

Таким образом, бесплатная пресса, распространяемая в районе Ясенево, представлена различными типами газет: от официального органа районной администрации до рекламной газеты, совершенно лишенной информационного блока.

Игорь Чертков
Белорусский государственный университет

ПРАВО ВЫБОРА И НЕОБХОДИМОСТЬ ЭКСПЕРИМЕНТА

Этим летом, выступая в газете *Financial Times*, профессор Калифорнийского университета Эли Ноам (Eli Noam) выразил уверенность, что печатные СМИ ожидает светлое будущее, в то время как год назад его прогноз выглядел куда более пессимистичным. Оказывается, развитие цифровых технологий не убило печатную прессу, а подстегнуло ее создателей к новым, казалось бы, еще вчера невозможным экспериментам. Уважаемый профессор делает вывод о том, что сегодняшние газеты завтра станут мультимедийными организациями. Не согласиться с этим нельзя. Опыт ведущих мировых изданий доказал правильность этого постулата.

Еще совсем недавно редизайн виделся едва ли не панацеей для хронически устаревающих и уступающих в оперативности электронным СМИ