

¹Дудинова Е.И., ²Рожков А.В., ³Мухамадиева Л.И.

¹к.ф.н., доценты, Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

²к.ф.н., доценты, Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Rozhkov.A.W@yandex.kz

³старший преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: Larissa_2300@mail.ru

ГЕНДЕРНЫЕ ИНДИКАТОРЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ КОНТЕНТЕ ФАКУЛЬТЕТОВ ЖУРНАЛИСТИКИ КАЗАХСТАНА

В научной статье исследуются проблемы использования в образовательных программах факультетов журналистики принципов и компонентов гендерных индикаторов в рамках трансформации обучения на основе компетенций и факторов изменяющейся действительности. По мнению авторов, система создания компетентности выпускников, ориентированной на результаты обучения, должна принимать во внимание значимость гендерного подхода при изучении тем, дисциплин и объектов специальности.

Цель исследования – выявить возможные направления и формы корреляции образовательных и учебных программ с гендерным контентом, определить ступени внедрения гендерно-ориентированных курсов в образовательные модели подготовки и переподготовки журналистов.

При схоластическом походе к данной проблематике средства массовой информации способны тиражировать гендерные стереотипы и предубеждения, закреплять в общественном сознании гендерную асимметрию. В этой связи крайне актуальным становится обучение студентов факультетов журналистики навыкам стратегического гендерного анализа, определения гендерного баланса в СМИ, выявления «языка вражды». В статье также описан опыт тренинга для тренеров, проведенного кафедрой ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе при поддержке Международной программы развития коммуникаций ЮНЕСКО/ООН в ноябре 2018 года по теме «Усиление учебной программы по гендерной журналистике».

Авторы статьи изучили тексты СМИ, а также опыт ряда зарубежных вузов по определению общего алгоритма действий по внедрению гендерной темы в образовательные программы и дисциплины. Выявили необходимость трехуровневого подхода к данной проблеме: первый блок программ должен объединять курсы, посвященные непосредственно истории, методологии и специфике гендерных проблем; второй – включает практику освещения данной темы в СМИ; третий, не менее важный уровень – изучение аспектов гендерного равенства непосредственно на журналистском производстве.

Ключевые слова: гендерное равенство, стереотипы и предвзятость, СМИ, образовательные программы, журналистика.

¹Dudinova E.I., ²Rozhkov A.V., ³Muhamadieva L.I.

^{1,2}Ph.D., associate professors, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
¹e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

²e-mail: Rozhkov.A.W@yandex.kz

³Senior lecturer, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail:
Larissa_2300@mail.ru

Gender indicators in educational content of journalism faculties of Kazakhstan

The scientific article examines the problems of using the principles and components of gender indicators in the framework of the transformation of education based on competencies and factors of changing reality in modern educational programs of the faculties of journalism. According to the authors, the

system of creating competence of graduates, focused on learning outcomes, should take into account the importance of a gender approach when studying topics, disciplines and specialty objects.

The purpose of the study is to identify possible directions and forms of correlation of educational and training programs with gender content, to determine the steps for introducing gender-oriented courses in educational models for the training and retraining of journalists.

During the scholastic approach to this problem, the mass media are able to replicate gender stereotypes and prejudices, to reinforce gender asymmetry in the public consciousness. In this regard, it becomes extremely important to teach students of the journalism departments the skills of strategic gender analysis, the definition of gender balance in the media, and the identification of "hate speech". The article also describes the experience of training for trainers conducted by the UNESCO Chair, international journalism and media in society with the support of the UNESCO / UN International Program for the Development of Communication in November 2018 on the topic "Strengthening the curriculum on gender journalism".

The authors of the article studied the texts of the media, as well as the experience of a number of foreign universities in determining the general algorithm of actions for introducing a gender theme into educational programs and disciplines. They identified the need for a three-level approach to this problem: the first block of programs should combine courses devoted directly to the history, methodology and specifics of gender issues; the second one includes the practice of covering this topic in the media; the third, no less important level is the study of aspects of gender equality directly in the journalistic industry.

Key words: gender equality, stereotypes and bias, media, educational programs, journalism.

¹Дудинова Е.И., ²Рожков А.В., ³Мухамадиева Л.И.

¹ф.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: Elena.Dudinova@mail.ru

²ф.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: e-mail: Rozhkov.A.W@yandex.kz

³аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: Larissa_2300@mail.ru

Қазақстанның журналистика факультеттеріндегі білім беру мазмұнындағы гендерлік көрсеткіштер

Ғылыми мақалада журналистика факультеттерінің қазіргі білім беру бағдарламаларында құзыреттіліктері мен шындықтың өзгеретін факторлары негізінде оқытуды трансформациялау аясында гендерлік көрсеткіштердің принциптері мен компоненттерін пайдалану мәселелері зерттеледі. Авторлардың пікірінше, оқыту нәтижелеріне бағытталған бітірушілердің құзыреттілігін қалыптастыру жүйесі пәндер, пәндер мен мамандық нысандарын оқып-үйрену кезінде гендерлік әдістердің маңыздылығын ескеруі керек.

Зерттеудің мақсаты – білім беру бағдарламаларын гендерлік мазмұнмен байланыстырудың мүмкін бағыттары мен формаларын анықтау, журналистерді дайындау және қайта даярлау үшін білім беру модельдері бойынша гендерлік бағдарланған курстарды енгізу қадамдарын анықтау.

Бұл мәселеге схоластикалық көзқарас кезінде бұқаралық ақпарат құралдары гендерлік стереотиптер мен түсініктерді тираждауға, қоғамдық санадағы гендерлік асимметрияны күшейтуге қабілетті.

Осыған байланысты журналистика факультетінің студенттерін стратегиялық гендерлік талдау дағдыларына, БАҚ-тағы гендерлік тепе-теңдікті анықтауға, «араздық тілін» анықтауға үйрету аса өзекті болып отыр.

Мақалада сондай-ақ, 2018 жылдың қараша айында ЮНЕСКО/БҰҰ коммуникациясын дамытудың халықаралық бағдарламасының қолдауымен ЮНЕСКО, халықаралық журналистика және қоғамдағы медиа кафедрасы өткізген тренерлерге арналған тренинг тәжірибесі сипатталған.

Мақала авторлары БАҚ мәтіндерін, сондай-ақ білім беру бағдарламалары мен пәндеріне гендерлік тақырыпты енгізу бойынша іс-әрекеттердің жалпы алгоритмін анықтау бойынша бірқатар шетелдік жоғары оқу орындарының тәжірибесін зерттеді. Осы мәселеге үш деңгейлі көзқарас қажеттігін анықтады: бағдарламалардың бірінші блогы тікелей гендерлік мәселелердің тарихына, әдіснамасына және ерекшелігіне арналған курстарды біріктіруі керек; екіншісі бұл тақырыпты бұқаралық ақпарат құралдарында жариялау практикасын қамтиды; үшінші, маңызды деңгей – тікелей журналистік өндірісте гендерлік теңдік аспектілерін зерттеу.

Түйін сөздер: гендерлік теңдік, стереотип, көзқарас, БАҚ, білім беру бағдарламалары, журналистика.

Введение

Результативность традиционных и новых медиа зависит, в частности, от такого фактора как гендерная грамотность. Ежедневная рутинная работа в СМИ и деятельность блогеров порой стирает границы между «мужским и женским», нарушая принципы гендерного баланса. Со временем такие трансформы становятся стереотипами и довлеют над мотивацией и сознанием журналистов, редакторов и блогеров. Поэтому столь важно транслировать медиаобразы, релевантные как текущей повестке дня, так и идеалам.

В современном Казахстане для этого создана объемная правовая база: страна присоединилась к 60 международным договорам по правам человека, в 2009 году были приняты Законы «О государственных гарантиях равных прав и равных возможностей мужчин и женщин» и «О профилактике бытового насилия». В 2017 году Казахстан занял 52 место в рейтинге из 144 стран мира по уровню равноправия полов согласно индексу гендерного равенства Всемирного Экономического Форума (Акмолдина Г.И., 2018). Женщины создают 40% ВВП, 29 – депутаты Мажилиса, многие возглавляют субъекты малого и среднего бизнеса (44%) (Абдыкаликова Г., 2018). На международный уровень выходит женское предпринимательство (Капитал, 2018).

Однако в стране мужчин-руководителей вдвое больше, чем женщин; разрыв в оплате труда составляет более 30% также в пользу мужчин; женщин хуже берут на работу и меньше платят; уровень женской безработицы выше и т.д. (Central Asia Monitor, 2018). По некоторым позициям мужчины зарабатывают в два раза больше женщин, занимая аналогичные должности (Forbes Kz, 2017).

Также остро «женский вопрос» стоит в коллективах современных медиа. Женщины меньше представлены в менеджменте отечественных редакций СМИ (особенно региональных), в меньшей степени воздействуют на концепцию изданий и каналов, которые, соответственно, чаще предоставляют миру мужской взгляд и понимание проблем. Увеличение числа женщин в СМИ не влияет на качество медиапродукта. Уровень представленности женщин в советах директоров СМИ также недостаточен. Довольно часто роль женщин в СМИ и отношение к их работе и комментариям не отвечает стандартам гендерного равенства. В штате медиакомпаний женщины-журналисты в меньшинстве. Послед-

ние чаще освещают «мягкие» новости, в то время как мужчины покрывают «жесткие» новости или основные новости дня, такие как политика, конфликты, финансы и преступления. Как отмечают исследователи: «К женщинам крайне редко обращаются за экспертным мнением. Такая ситуация способствует невидимости женской активности в различных сферах общества, создает гомогенный образ одного активного субъекта – мужчины» (Щурко Т., 2016). Основная масса публикаций превращается в поток «мужской» информации по всем названным критериям, кроме того, проблема углубляется типизированностью творческого осмысления и подачи фактов. Данный информационный поток дифференцируется в два основных направления: первое – близкий к реальному положению вещей, второе – сконструированный благодаря механическому воспроизведению гендерных стереотипов.

При изучении конкретных текстов СМИ исследователи указывают на факты трансляции гендерных стереотипов и предвзятости. Согласно международным исследованиям, «женщины составляют 24 процента источников в СМИ» (GMMF, 2015). «Большинство изданий видит в женщине либо героиню скандальной хроники, либо жертву реформ, либо секс-объект и «подругу бизнесмена» (Восток-Запад, 2003). Таким образом, женщина все чаще выступает как атрибут частной сферы, объект потребления, а мужчина становится полноправным субъектом сферы публичной.

На этом фоне кажется наиболее актуальным изучение вопросов гендерного равенства в рамках вузовских программ, так как неверное представление о социальном эгалитаризме, узкая трактовка гендерных проблем может привести к искаженному представлению о данном сегменте в мировоззренческом комплексе молодых казахстанцев.

Особенно важно, на наш взгляд, формирование четкого понимания сути гендерных противоречий у студентов факультетов журналистики, так как именно они, в последствии, будут ретранслировать свое понимание широкой аудитории. И если журналист не компетентен в данной теме, не обладает четкой позицией, то опасность распространения гендерной асимметрии усиливается. Средства массовой информации способны тиражировать гендерные стереотипы и предубеждения, закреплять в общественном сознании высокую терпимость к гендерному неравенству. Включенность гендерных проблем во все стадии

журналистского производства, их грамотное решение влияет на качество мировоззренческих траекторий, тиражируемых СМИ. В этой связи крайне актуальным становится обучение студентов факультетов журналистики навыкам стратегического гендерного анализа, определения гендерного баланса в СМИ, выявления «языка вражды».

Первоначальный срез спектра гендерных противоречий непосредственно в вузовской практике также представляется довольно разнообразным. Например, студенты факультета журналистики (результаты опроса 2018 года) обратили внимание на следующие гендерные искажения:

Разделение обучающихся по гендерным стереотипным ролям самими педагогами («Ему простительно, он же мальчик», «Девочкам надо не только учиться, но и скорее выходить замуж», «Дальше пишут мальчики, девочкам это неинтересно»).

Юношей охотнее приглашают и берут на практики, стажировки и работу после окончания вуза.

При выборе научного направления, дипломной работы преподаватели рекомендуют темы, релевантные гендерному полу (Мальчик не должен писать диплом о женских журналах).

В процессе обучения закладывается сознательное оценивание некоторых сфер, как сугубо мужских (или женских). Это происходит потому, что в качестве экспертов и тренеров приглашают только мужчин или только женщин.

В школьных программах доминируют мужские кейсы. Герои прошлого на 99% – мужчины. Мало информации о выдающихся женщинах.

Данные замечания определяют проблемы гендерного неравенства самых разных направлений и актуализируют необходимость включения данной темы в учебные планы факультетов журналистики. Представляется важным также определение общего алгоритма действий по внедрению гендерной темы в образовательные программы. В качестве базовой предлагается трехуровневый методический подход наполнения учебного контента гендерно-ориентированными программами. Первый блок программ должен объединять курсы, посвященные непосредственно истории, методологии и специфике гендерных проблем. Второй – включает практику освещения данной темы в СМИ. Третий, не менее важный уровень, – изучение аспектов гендерного равенства непосредственно в редакциях.

Надо также отметить, что на современном этапе фиксируется невысокий уровень представленности гендерной тематики в учебных программах. Исследования гендерного мировоззрения студентов факультетов журналистики показали высокий интерес к данной тематике. Однако 64% отметили присутствие гендерного неравенства и ассиметричных привилегий в процессе прохождения стажировок, а также непосредственно в периоды обучения в университетах (28%). Каждая пятая студентка (опрос 2018 года) призналась, что в период учебной или производственной практики чувствовала себя представителем конкретного пола, а не сотрудником редакции. В результате восстанавливаются искаженные гендерные нормы, ценности и уровень сознания.

В этой связи правильным будет не только внедрять гендерно-ориентированные курсы в учебные программы студентов факультета журналистики, но и разработать методику их оценки на предмет соответствия гендерным индикаторам.

Материалы и методы

В рамках изучения данной тематики первоочередным будет обратиться к опыту коммуникации по вопросам гендерного равенства преподавателей факультетов журналистики Казахстана. Безусловно, с отношения педагогов и к теме, и к процессу внедрения гендерного контента начинается весь комплекс организационных шагов. Такая возможность представилась авторам исследования в ноябре 2018 года в процессе работы над Проектом «Усиление учебной программы по гендерной журналистике» кафедры ЮНЕСКО, международной журналистики и медиа в обществе, поддержанным Международной программой развития коммуникаций ЮНЕСКО/ООН. В рамках Проекта был проведен тренинг для тренеров, а именно педагогов из 15 вузов республики, имеющих факультеты и кафедры журналистики.

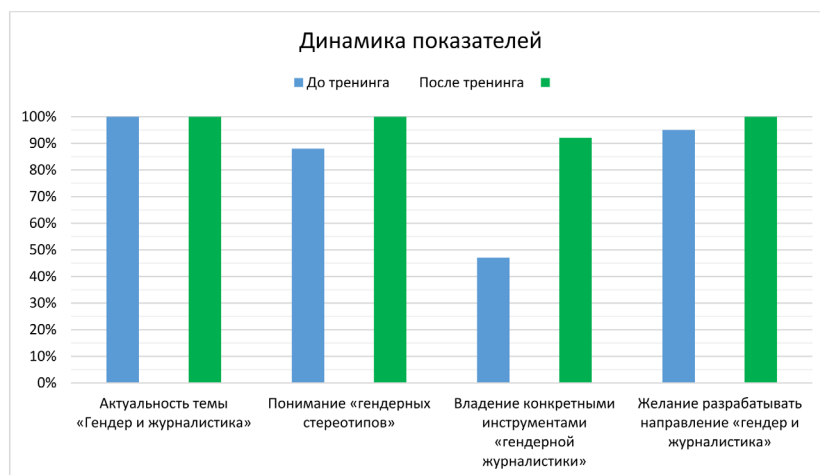
Подбор участников проходил с учетом важности равной представленности мужчин и женщин. Однако, ввиду меньшего количества мужчин, работающих в системе казахстанского образования, удалось добиться следующей представленности: мужчин – 5, женщин – 10. Надо отметить, что практически все участники являются заведующими кафедрами журналистики, координаторами образовательных программ, ведущими лекторами, а потому в большей степени могут воздействовать на внедрение тематики.

ки гендерного равенства в учебные программы журналистики. Для эффективного усвоения программы тренинга использовались тематические фильмы и сюжеты телевидения, воркшопы, публикации традиционных и новых медиа по гендерной тематике на основе зарубежного и казахстанского контента. Участникам была дана возможность не просто знакомиться с материалами, подходами и мировым опытом, но и самим моделировать возможные конфликты и ситуации с использованием сюжетов отечественных и зарубежных медиа и блогеров. Поэтому в качестве активных форм применялись деловые игры, командная работа, творческие задания, решения кейсов, «мозговой штурм», обсуждение ситуаций, построение ассоциативных моделей, контент-анализ сюжетов и публикаций с точки гендерной корректности, уязвимости и вариантов соблюдения баланса.

В течение всего времени работы тренеры регулярно обращали внимание на то, что создание публикаций и сюжетов на коммерческие темы СМИ, связанные с тем, что мы живем и прояв-

ляем себя в обществе не просто как люди, а как мужчины или как женщины, будет актуально и востребовано аудиторией всегда. Но как делать это правильно? Нужно ли писать преимущественно или даже только о женщинах? Нужно ли писать о женщинах только хорошо? Как учесть специфику казахстанского общества? Проходившие дискуссии базировались именно на учете гендерно-чувствительных индикаторов ЮНЕСКО, которые тщательно рассматривались и комментировались.

Кейс-стори и «горячие» темы были рассмотрены с привлечением практических примеров и интерактивных форм, что позволило участникам, по их отзывам, намного продвинуться в понимании, и применением гендерных средств в информационно-коммуникационной сфере. Репрезентация и саморефлексия из преподавательской практики участников, с активным подключением обсуждений коллег, дали возможность понимать, в каком аспекте и насколько глубоко дисциплина «Гендер и СМИ» может внедряться на факультетах журналистики.



Таким образом, важнейшей стратегией тренинга стало не просто концептуальное изучение вопросов гендера в СМИ, а обеспечение преподавателей вузов Казахстана методическим и практическим инструментарием применения в образовательном процессе гендерно-чувствительных индикаторов ЮНЕСКО, поддержки инициативного внедрения курса и элементов дисциплины в предметы по журналистике, в дальнейшей перспективе – поддержка стремления по преодолению стереотипов и гендерных барьеров в СМИ. Проект позволил снизить

у преподавателей журналистики стереотипное восприятие роли женщины и мужчины в обществе, гендерных стереотипов и гендерной предвзятости в соответствии с мировой практикой. На основании возросших компетенций, в рамках мероприятий МПРК и на основе актуальных публикаций ЮНЕСКО, преподаватели приступили к подготовительной деятельности по введению в образовательные программы вузов по журналистике гендерной тематики и гендерных подходов. Опыт и практика участников-преподавателей дали возможность понимать, в каком аспекте и

насколько глубоко может внедряться не только дисциплина, а возможно модуль или даже целое направление «Гендер и СМИ» на факультетах журналистики Республики Казахстан. Все участники в итоговом анкетировании заявили, что осознают, гендерный анализ должен выполняться на всех стадиях процесса развития и всегда нужно задаваться вопросом, насколько отличается влияние определенного действия в гендерном аспекте.

На данных диаграммах, согласно результатам анкетирования, представлены тренды изменения понимания участниками тренинга проблем гендера и СМИ.

Обзор литературы. Мировое научное сообщество не первое десятилетие активно обсуждает тему гендерного образования и роль СМИ в формировании паритетных отношений. Луиза Норт, профессор университета Дикин (Австралия), изучила журналистские образовательные программы 30 австралийских вузов и пришла к выводу: «ни одна программа не предлагает такой блок, который бы конкретно занимался изображением женщин в средствах массовой информации или, что важно, гендерным производством новостей и гендерной культурой редакции (Louise North, 2010). Автор также указывает: «Отсутствие основного образования по гендерным вопросам и культуре редакций в университетских курсах журналистики помогает поддерживать системное гендерное неравенство в отрасли».

Луиза Норт также отмечает: «Чтобы найти причины, по которым журналистское образование должно охватывать гендерные вопросы в своей учебной программе, нужно просто спросить, почему мужчины доминируют в редакционной иерархии. Почему сексуальные домогательства остаются постоянной проблемой в отделе новостей и эффективно не решаются организациями СМИ и отраслевым профсоюзом? Почему непропорционально большое число мужчин оценивается выше, чем женщин с аналогичным опытом работы в отрасли? И почему женщины более циничны в этой отрасли?» (North, 2010: 111).

Маргарета Герцема-Слай – профессор и заведующая кафедрой медиа и журналистики в Университете Батлера пишет: «В большинстве стран мира актуализация гендерной проблематики не востребована и остается неизвестной в журналистике» (Geertsema-Sligh, 2015). Автор упоминает исследование Made P.A. «Гендер в Медиаобразовании» (GIME), в рамках которо-

го было изучено 25 учреждений в 13 странах в 2010 году. Основные выводы заключались в том, что лишь немногие образовательные учреждения проводят политику, направленную на достижение гендерного равенства, мужчины составляют большинство преподавателей, в то время как женщины составляют большинство студентов, изучение гендера по-прежнему отсутствует в учебных программах, внимание к данной тематике зависит от знаний отдельных инструкторов или преподавателей... Также авторы отмечают, что «Исследования по вопросам гендера, СМИ и многообразия, не являются зоной серьезного научного исследования и стипендий» (Made, 2010, p.13).

В феврале 2018 года UNESCO и UNTWIN опубликовали расширенный обзор «Gender mainstreaming in journalism and communication schools», содержащий историю и методологию вопросов учета гендерных факторов в школах журналистики и коммуникации (Gender mainstreaming, 2018). Напомним, что из 17 целей ООН в области устойчивого развития, принятых в 2016 году, пятая посвящена гендерному равенству и сформулирована так: Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек. Авторы обзора обращаются к документам Четвертой Всемирной конференции по положению женщин / Пекин, 1995 год/, посвященной непосредственно женщинам и средствам массовой информации. В соответствии с Пекинской платформой действий (BPfA), 47-я сессия Комиссии по положению женщин в 2003 году отметила ответственность этих отраслей за прекращение дискриминации в отношении женщин. Данный подход обращает внимание исследователей на роль средств массовой информации и ИКТ в расширении прав и возможностей женщин.

Интересно, что первая рекомендация университетской сети ЮНЕСКО «UNTWIN» по гендерным медиа и ИКТ звучит так: «Внедрение / принятие политики и плана действий по обеспечению гендерного равенства университетами, особенно там, где предлагаются журналистские и коммуникационные программы» (Gender mainstreaming, 2018). К сожалению, такой политики или отдельного плана действий, дорожной карты в наших университетах пока нет. Далее указываются столь же актуальные рекомендации:

Работа всех университетов гарантирует учет гендерной проблематики в их программах журналистики и коммуникации с особым вниманием к цифровым преобразованиям, которые имеют гендерное значение для профессии.

Практика учета гендерной проблематики должна включать межсекторальные подходы, чтобы обеспечить полностью инклюзивное образовательное предложение.

При поддержке университетов, представленных в сети университетов ЮНЕСКО UNTWIN по гендерным медиа и ИКТ, содействовать обмену опытом, знаниями, материалами и передовым опытом для развития гендерной проблематики.

Чувствительные учебные программы в области журналистики и коммуникации.

Государства-члены, учреждения ООН и университеты выделяют адекватные ресурсы для проведения исследований по вопросам гендерного равенства в программах обучения журналистике и коммуникации с целью усиления гендерного подхода к предложению об образовании.

Готовить новое поколение профессионалов, способных внести вклад в реализацию принципов гендерного равенства как в медийных структурах, так и в медиасодержании.

Университеты проводят гендерно-ориентированный мониторинг успеваемости студентов во время обучения и после окончания университета (Gender mainstreaming, 2018).

Линда Штайнер из Колледжа журналистики им. Филиппа Меррилла, Университет Мэриленда, в статье «Гендер и журналистика» обращается непосредственно к роли женщины на производстве, в редакциях СМИ. Автор описывает, как первоначальная роль женщины – писать с «женским акцентом» переросла в понимание того, что «женщинам должно быть разрешено производить те же немаркированные новости, что и мужчинам. Штайнер пишет: «...Женские разделы или другие материалы, предназначенные для женской аудитории, представляют собой профессиональные гетто, женщины нужны для создания более качественной, более этичной журналистики. То есть в отделе новостей пол сначала был дихотомизирован, что делает интересы женщин и мужчин противоположными, а затем утверждалось, что пол не имеет значения. Ученые-феминистки отмечают, что со временем мужчины последовательно пытались защитить свой статус, работу и зарплату и не смогли признать, что журналистика была создана как анклав для мужчин с «мачо»-ценностями и культурой, которая ставила женщин в невыгодное положение, особенно матерей, с традиционно-долгим отсутствием из-за необходимости ухода за детьми (Steiner L., 2017).

По мнению ученых Европейского института гендерного равенства (EIGE), существуют неко-

торые особенности гендерного обучения в сфере СМИ, а также именно в этой сфере востребованы культурные и гендерно-чувствительные компетенции. В связи с чем EIGE предлагает четко определить гендерные цели обучения:

Хорошо разработанная стратегия продвижения женщин в качестве экспертов и редакторов, а также расширение их карьерных возможностей в медиа индустрии.

Хорошо продуманная повестка дня, дающая конкретные и действенные результаты.

Решение реальных проблем, влияющих на доступ женщин к самовыражению и участие в средствах массовой информации.

Женщины не должны нести ответственность за дискриминацию.

Пол и содержание СМИ.

Гендерные навыки и опыт тренеров (Women and the Media, 2013)

Ханс К. Мейер и Хайдан Ху из Университета Огайо в своей статье «Gender Stereotypes and Citizen Journalism» представили результаты исследования факторов воздействия гендерной принадлежности автора на уровень доверия к его материалам. Авторы отмечают: «...Дальнейшее использование Интернета сведет к минимуму некоторые гендерные стереотипы, особенно в том, что касается новостей и гражданской журналистики. Медиапрофессионалы должны найти способы привлечь больше женщин к гражданской журналистике» (Hans K. Meyer and Haidan Hu, 2013). Ученые также обращаются к опыту компании CNN, заплатившей более \$ 750 000 за доменное имя iReport в 2008 году, чтобы расширить возможности публикации пользовательского контента (Learmonth, 2008). «Другими словами, Си-Эн-Эн, возможно, не вредит своему бренду, вкладывая значительные средства в iReport. Это помогает вовлечь все больше женщин в процесс создания и написания новостей, где они могут сохранить свой уникальный голос и стать видимыми» (Hans K. Meyer and Haidan Hu, 2013).

Patricia A. Made, эксперт крупного исследования «Аудит гендера в медиаобразовании и обучения журналистике Намибии» приводит слова профессора Ненгомаша: «Мы должны вносить свой вклад во всех департаментах, чтобы включить гендерные вопросы в обучение, и в средствах массовой информации, в частности, потому что мы обучаем журналистов, и мы должны научить их, как сообщать о проблемах; как быть объективным, справедливым и сбалансированным» (Patricia A. Made, 2009).

С другой стороны, по мнению Kodwo Boateng (Ганский институт журналистики и коммуникаций): «Журналистика практически стала женской профессией во всем мире. Основу притока женщин в профессию надо искать в университетском образовании» (Boateng, K. J. 2017). Ученый вспоминает результаты всемирного опроса студенток 83 вузов, проведенного Галлахером в 1992 году, а также данные за 16 лет, полученные департаментом академических дел Ганского института журналистики (GIJ), подтверждающие растущую феминизацию журналистики. Некоторые ученые видят в этом проекцию социального капитала личности, фактор стимуляции конкурентоспособности женщин в профессии.

В аналитическом отчете женского медиацентра США «Положение женщин в СМИ США 2015» (Julie Burton and other., 2015), проведенного по заказу ассоциации работодателей WMC, рассмотрена текущая ситуация гендерного баланса в новостной индустрии США. В исследовании в очередной раз констатируется, что женщины, которые по статистике составляют половину жителей Америки, традиционно рассказывают менее значимые новости и представляют факты с существенно меньшей глубиной отражения проблем действительности. В вечерних выпусках новостей женщин снимают в стендапах в 32% от общего объема. В печатных СМИ женщины являются авторами лишь 37% новостей. На радио подготовленные и озвученные женщинами новости составляют лишь 38%. В интернете они пишут 42% новостей. В то время как в освещении политических кампаний, особенно выборов президента, лидируют мужчины-журналисты, за которым 65% публикаций и сюжетов. Данные свидетельствуют о том, что многолетняя диспропорция в отношении женщин в СМИ, несмотря на многочисленные усилия правительства, женских организаций, активистов, сохраняется (Burton J., 2015).

Примечательно, что женщины, находясь на руководящих постах, солидаризируются с редакторами-мужчинами и не понимают, почему нужно платить за работу больше, если женщина соглашается на меньшую оплату труда, чем мужчины. При этом многие исследователи приходят к выводу о таком феномене как «стеклянный потолок». Например, в статье «Анализ феномена стеклянного потолка в продвижении способностей женщин в организациях» (Soleymanrou, 2015) указывается, что «стеклянный потолок» препятствует меньшинствам и женщинам дос-

тижению верхних уровней иерархии. Дэвис-Netzley (1998) утверждал, что «стеклянный потолок» – метафора, используемая для объяснения скрытых препятствий, т. е. стекла, через которое женщины могут наблюдать лучшие позиции, но не могут их достичь. Это уровень в карьере, выше которого женщины практически не имеют возможности подняться. При этом формальных ограничений для занятия позиции нет. Среди основных факторов его появления перечисляются: давление семьи, нарушение баланса семья – карьера, отсутствие наставничества, освещение роли женщины в СМИ, различные формы насилия.

Результаты и обсуждение

Анализ взятых случайно из открытых источников Рабочих учебных планов (РУП) специальности «Журналистика» различных вузов Казахстана показал отсутствие гендерно-ориентированных курсов и даже упоминаний о понятии «гендер». Это может говорить о нескольких моментах: во-первых, по мнению педагогов, проблема гендерного неравенства не является острой, а потому не входит в круг методически обоснованных журналистских дисциплин; во-вторых, тема недостаточно разработана и дистанцирована от медико-психологической сферы, соответственно, ее трудно преподавать без дополнительного медицинского или психологического образования; и третье – пожалуй, самое важное, гендерного неравенства формально не существует. Все это, несомненно, спорно. И сказано авторами только в качестве предложения дискуссии. Однако разобраться в непопулярности данной тематики в казахстанской педагогике придется.

В вузах Казахстана происходит в данное время модернизация образовательных программ, основанная на соотношении образовательных инновационных технологий, ориентации на результат и обеспечении выпускников знаниями, умениями и навыками, профессиональными компетенциями в соответствии с 6-8 уровнями Международной стандартной классификации образования (МСКО). Вузы должны уделять большое внимание самостоятельной работе студента – учащиеся могут формировать индивидуальный план обучения, который будет ориентирован на результат, практику и требования рынка труда. Министерство уже на «входе» планирует ожидаемые результаты, от которых вытекает содержание обучения – студент получит не просто объем теоретических знаний, а будет иметь компетенции для практического исполь-

зования этих знаний. Это можно делать на основе Модели учебной программы по журналистике ЮНЕСКО, которая является отличным ответом на глобальные вызовы времени и мировые тренды образования.

Роль средств массовой информации в развивающемся обществе довольно высока, именно они являются проводниками общественного мнения, термометром благополучия социального организма. О некоторых проблемах в здравоохранении, в области защиты прав детей, экологии, достоверности данных и многом другом могут говорить СМИ. В этой же плоскости находятся проблемы мониторинга гендерного равенства и отслеживание ментальных переколов в принятии неравенства одного социального слоя перед другим.

С другой стороны, сами СМИ находятся на перекрестке политических и коммерческих интересов, групп определенного давления, входят в сферу управления, а потому, как ни удивительно, зависят от развития тех показателей, о которых шла речь раньше: реализация основных прав и свобод, равенства, безопасности и т.д.

Как отмечается в Серии ЮНЕСКО по образованию журналистов: «Свободные, независимые и плюралистические средства информации не являются целью, а средством решения проблем управления в области развития. Значимость средств информации в содействии поощрению прав человека, расширению права на развитие и укреплению управления, можно определить посредством их жизненно важной роли на выборах. Содействие безопасности журналистов может способствовать предотвращению конфликтов, постконфликтному миростроительству и т. д.» (UNESCO, 2018). По мнению авторов серии «Политическое участие и гендерные вопросы тесно связаны со средствами информации, равно как и проблемы независимых социальных институтов». Журналистские навыки могут использоваться и адаптироваться в других профессиях. В некоторых случаях выпускники по журналистике могут перекавалифицироваться и расширять свой профессиональный диапазон. Поэтому они целенаправленно изучают информационные и коммуникационные навыки высокого уровня для продолжения освоения гуманитарных наук или для работы в другой родственной профессии. И углубление междисциплинарного подхода, использование синергии компетенций будущего, например, изучение гендера, дает реальную возможность генерировать новое знание и занимать активную гражданскую позицию.

Таким образом, уровень свободы СМИ, способных управлять устойчивым развитием общества, зависит от уровня реализации основных свобод граждан, включая гендерное равенство. Как отмечается в исследованиях ЮНЕСКО от 2015 года «Мировые тенденции свободы слова и развития средств массовой информации»: «Свободные, плюралистические и независимые СМИ, в том числе безопасность журналистов и гендерное равенство, являются проявлениями свободы выражения мнений (UNESCO, 2014).

Зарубежные преподаватели предлагают включать вопросы гендерного равенства в самые разные курсы. Так, например, Радхика Миттал вводит в курс «Журналистика и устойчивое развитие» тему «Управление, этика и инклюзивность», в рамках которой рассматривает следующие вопросы:

Согласование политики, политическое давление и препятствия на пути устойчивого роста.

Управление гендерной проблематикой и бедностью как препятствия для роста.

Экологическая этика, моральные императивы (UNESCO, 2018: 24).

Маркус О’Доннелл в рамках курса «Адвокативная журналистика: участие, представительство и сообщества» предлагает рассмотреть потребности отдельных маргинальных сообществ вокруг представлений о расе, религии, гендерных аспектах, сексуальности и инвалидности, посредством рассмотрения журналистики в области прав человека, мира и развития (UNESCO, 2018: 94). В данном контексте Маркус О’Доннелл предлагает изучать роль цифровых технологий, социальных сетей, фотожурналистики, видеожурналистики, телевидения и радио как эффективного инструмента для адвокативной журналистики на уровне социума.

Российский исследователь О.В. Смирнова предлагает ключевые направления изучения гендерных аспектов в СМИ:

Анализ гендерного баланса, включая должности и уровни оплаты мужчины и женщины в различных секторах журналистики.

Изучение форм профессионального соревнования мужчин и женщин.

Различия в требованиях к мужчинам и женщинам относительно их профессиональных навыков, образования, возраста и других типов «капитала», необходимых для работы в сфере СМИ, а также стратегии, которые женщины выбирают для продвижения по службе.

Изучение влияния растущего присутствия женщин в журналистике на культуру и разли-

чия в понимании мужчин и женщин, ключевые профессиональные ценности (Olga V. Smirnova, 2013).

Вообще, анализ научной литературы показал, насколько проработана эта тема в европейской и западной литературе, и как много предстоит сделать казахстанским ученым для изучения гендерных аспектов, в частности, – в образовании журналистов. Эта профессия в числе тех, которые считают традиционно «мужскими». Женщины в ней чаще занимают позиции исполнителей, не влияющих на определение концепции и направлений выбираемого контента текстов СМИ.

Социологические отчеты также не всегда дифференцируют целевые группы по полу. В феврале 2019 года Комитет по статистике Министерства национальной экономики сообщил, что 54% студентов казахстанских вузов – девушки (Казинформ (2019)). Однако других данных, характеризующих ситуацию с преподавательским составом, распределением по специальностям и гендерной разницей успешного трудоустройства выпускников представлено не было.

Важной, на взгляд авторов, представляется монография «Гендерный подход в системе образования Республики Казахстан», изданная группой авторов в 2011 году в Алматы. Проводя экспертизу отечественного закона «Об образовании», авторы отмечают:

В Законе полностью отсутствует гендерный контекст.

Закон не связан с другими государственными документами – «Концепцией гендерной политики» и «Концепцией гендерного образования».

Закон не принимает во внимание задачи, сформулированные в программном документе «Стратегия гендерного равенства в Республике Казахстан» на 2006-2016 гг. (в котором гендерное образование выделяется в качестве первоочередных, приоритетных задач на ближайшие годы и разрабатывается комплекс мероприятий по осуществлению этой цели).

Без введения в Закон гендерных индикаторов Закон «Об образовании» не будет отвечать требованиям современной эпохи, сформулированным в международных документах и национальных программах (Беркимбаева Ш. и др., 2011).

Авторы вышеназванной монографии провели анкетирование среди студенток Казахского национального женского педагогического университета и пришли к пониманию того, что «введение гендерных курсов в учебные планы

способствует формированию нового гендерного самосознания, нацеленного на преодоление гендерных стереотипов и формирование нового концепта социального пола. При этом учитывается своеобразие культурно-исторического контекста развития суверенного Казахстана, и гендерная педагогика связывается с этнопедагогикой, учитывая особенности и своеобразие казахской традиционной культуры, народную мудрость и народные обычаи, придающие казахской женщине высокое достоинство».

Надо признать, что в нашем обществе происходят постепенные ментальные сдвиги. Тема гендера уже не воспринимается негативно, разрабатывается не только женщинами, более того, привлекает внимание специалистов PR и рекламы. Интересный опыт приобщения бизнеса к гендерной тематике продемонстрировал в феврале 2019 года один из отечественных банков. В рамках проекта «Бизнес – это и женское дело» идею равноправия воплотили через самый распространенный и знакомый всем продукт – духи. Парфюмом «Forte pour Femme – Сильная женщина» обработали тенге, заработанные женским предпринимательством, и запустили деньги в оборот через систему банкоматов и касс «ForteBank». В преддверии празднования 8 марта бизнес-вумен нанесли парфюм на наличные деньги в кассах своих бизнес-компаний. Так воплотилась идея, которая наглядно демонстрирует, насколько часто казахстанцы пользуются продуктами и услугами женского бизнеса, подчеркивая важную роль женщин в экономике. Брэнд-амбасадорами проекта стали известные казахстанские предпринимательницы, которые приняли участие в съемках промо-ролика, стирающего гендерные стереотипы и вдохновляющие других женщин на открытие собственного дела. Таким образом гендерный модус оказался в тренде и вызывал глубокий информационный резонанс: более 15 и 7 сюжетов в СМИ за неделю (Электронные ресурсы, кейс 1).

Заключение, выводы

Отечественной педагогической науке предстоит исследовать значительный пласт проблем, формируемых гендерными противоречиями и непониманием. К базовым, в этой связи, относятся методики и формы подачи данной темы в школах, колледжах и вузах. К фундаментальной данную тему стоит также отнести при образовании журналистов, способных влиять на общественное мнение. При неграмотном по-

ходе к данной проблематике средства массовой информации способны тиражировать гендерные стереотипы и предубеждения, закреплять в общественном сознании гендерную асимметрию. В этой связи крайне актуальным становится обучение студентов факультетов журналистики навыкам стратегического гендерного анализа, определения гендерного баланса в СМИ, выявления «языка вражды».

Гендерная некомпетентность журналистов приводит к таким профессиональным недостаткам, как:

Отсутствие желания признавать сам факт существования гендерных проблем.

Недооценка значимости гендерной проблематики, нежелание увидеть гендерный аспект в других социальных проблемах.

Необъективное или предвзятое освещение гендерных проблем.

В середине 2000-ых годов выпускники факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби ежегодно писали дипломные работы на тему «Женская тематика в СМИ», «Женские журналы», «Женские программы на радио, на ТВ» и др. Проблематика, действительно, была в тренде. Но что она отражала? Всплеск «женской темы» вследствие экономического подъема для роста рекламных бюджетов редакций и каналов. Гендерные аспекты практически не затрагивались или были выражены слабо. Даже при отсутствии у журналиста умысла культивации тех или иных гендерных стереотипов

он сам отнюдь не свободен от них. В каждом материале, будь то информационный или развлекательный, рекламе, блоге проглядывает авторская позиция, тенденция, сложившаяся и устоявшаяся в определенном обществе. Поэтому очевидна необходимость профессионального подхода на основе рекомендаций международных и профессиональных организаций, который позволит выпускникам решать задачи на стыке сфер различной деятельности.

Авторы, в качестве учебно-методического проекта, предлагают апробировать трехступенчатую модель внедрения гендерной тематики в образовательный контент журналистов. Первая ступень: создание программ, объединяющих курсы, посвященные непосредственно истории, методологии и специфике гендерных проблем. Вторая ступень – введение курсов, изучающих практику освещения данной темы в СМИ, недостатки и возможности журналистских комментариев и интерпретаций. Третья ступень – изучение аспектов гендерного равенства непосредственно на журналистском производстве: статистика и соотношение гендерных ролей. Формы ограничений и стимулов, модели «стеклянного потолка» и «липкого пола» на производстве и в жизни мужчин и женщин и др. Данный подход позволит формировать многоуровневый подход к журналистскому образованию и приведет к пониманию ключевых моментов гендерной проблематики в медиасфере.

Литература

- Акмолдина Г.И., (2018). Гендерное равенство. 5 марта, 2018. <https://www.zakon.kz/4907400-gendernoe-ravenstvo.html>
- Абдыкаликова Г, (2018). Г. Абдыкаликова приняла участие в бизнес-форуме женщин в Узбекистане, 13 сентября 2018, https://bnews.kz/ru/news/gulshara_abdikalikova_prinyala_uchastie_v_biznesforume_zhenshchin_v_uzbekistane
- Беркимбаева Ш.К. и др. (2011). Гендерный подход в системе образования Республики Казахстан. – Алматы, 2011. – С. 249. <http://kazmkpu.kz/wp-content/uploads/2018/06/11-Гендерный-подход-в-системе-образования.pdf>
- Burton J., (2015). Burton J., and other. The status of women in the U.S. media 2015, New York, 2015. 106 p. https://wmc.3cdn.net/83bf6082a319460eb1_hsr680x2.pdf
- Boateng, K. J. (2017). Reversal of Gender Disparity in Journalism Education– Study of Ghana Institute of Journalism. *Observatorio (OBS*)*, 11 (2), 118-135. doi:10.15847/obsOBS11220171019
- Восток-Запад (2003). Женские инновационные проекты. http://www.owl.ru/win/infolist/2003/v30_03.htm
- Central Asia Monitor (2018). Мужчины в Казахстане получают больше женщин на 30%. 12-03-2018, <https://camonitor.kz/30807-muzhchiny-v-kazahstane-poluchayut-bolshe-zhenshin-na-30.html>
- Gender mainstreaming, 2018. Gender mainstreaming in journalism and communication schools. By UNESCO / UNTWIN on February 25, 2018 <http://waccglobal.org/articles/gender-mainstreaming-in-journalism-and-communication-schools>
- Gertsema, M. (2014) “Gender mainstreaming in media and journalism education”, in Vega Montiel, A. *Gender and Media: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*. Paris: UNESCO / IAMCR. pp. 70-73.
- GMMP, (2015). Global Media Monitoring Project 2015 National Report. http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Belarus.pdf
- Geertsema-Sligh M. Gender mainstreaming in journalism education. Margaretha Geertsema-Sligh, 2015. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/gamag_research_agenda_geertsemasligh.pdf.

- Казинформ (2019). Почти 54% студентов казахстанских вузов – девушки. <https://news.mail.ru/economics/36184617/?-social=fb&fbclid=IwAR1wrMm5IK7FqvqPUUYp6YDeXJG2E0vqE9Ff3Y93fz11QxQI-9PBU36WNhY>
- Капитал, (2018). Шаг вперед: деловые женщины Казахстана «вышли» на Анкару // Капитал, 15.02.2018, <https://kapital.kz/business/66954/shag-vpered-delovye-zhenschiny-kazahstana-vyshli-na-ankaru.html>
- Learmonth, M. (2008). «CNN Shells Out \$750,000 for iReport.com Domain.» The Huffington Post, Jan. 18, 2008. http://www.huffingtonpost.com/2008/01/18/cnn-shells-out-750k-for-_n_82210.html. Accessed Dec. 11, 2008.
- Made, P.A. (2010) Gender in media education: An audit of Gender in Journalism & Media Education and Training. Johannesburg: Gender Links.
- Made, P.A., 2000. Globalisation and gender training for the media: Challenges and lessons learned. Gender and Development, 8(1), pp.29-34.
- Made, P. and Samhungu, F., 2001. Strengthening gender perspectives in IPS news coverage. In: C. Lowe-Morna, ed. 2001. Whose Views? Southern Africa: Gender in Media Handbook. Johannesburg: Gender Links. pp.136-142.
- North, L. (2010), The Gender ‘Problem’ in Australia Journalism Education (December 4). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2015844>
- Hans K. Meyer and Haidan Hu, 2013. Gender Stereotypes and Citizen Journalism | Journal of Research On Women and Gender (JRWG). Texas State University, Liberal Arts, Academic Journal.
- Patricia A. Made, 2009, Audit of gender in media education and journalism training at the Polytechnic of Namibia and the University of Namibia. 2009 с.12. http://portal.unesco.org/en/files/47835/12810871301GIME_Namibia.pdf/GIME%2BNamibia.pdf
- Соколова Е.А., Шуплцова Ю.А., Ястремская Ю.А. Гендерные стереотипы в профессиональной подготовке журналиста. <https://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=36420>
- Смирнова О. В., 2011. Интеграция гендерного подхода в журналистское образование: российский контекст // Журналистское образование, Выпуск №4 2011 г. <http://www.mediascope.ru/node/963>
- Smirnova O.V. (2013). Women’s advancement in journalism: psychological characteristics. Moscow, Russia Psychology in Russia: State of the Art Volume 6, Issue 1, 2013. <http://psychologyinrussia.com/volumes/pdf/2013/smirnova.pdf>
- Soleymanpour and other, (2015), Omran Mahboubeh Soleymanpour, Alizadeh Homa, Esmaeeli Behrang. The analysis of glass ceiling phenomenon in the promotion of women’s abilities in organizations// International Journal of organizational leadership. 2015. № 4. Pp. 315-323. <http://aimjournal.com/Jg/0/d09bbfae-ea92-4d65-b205-76fbf8c1ad58>
- UNESCO, (2018). Обучение журналистике в целях устойчивого развития: новые учебные планы. Франция, ЮНЕСКО, 2018; <http://old.unesco.kz/publications/2018/233878r.pdf>
- UNESCO, (2014). World trends in freedom of expression and media development. Paris: UNESCO Publishing. <http://old.unesco.kz/publications/2018/233878r.pdf>
- Steiner Linda, 2017. «Gender and Journalism». Feb 2017. Oxford Research Encyclopedias. Communication. <http://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-91>
- Women and the Media, 2013, Women and the Media: methods, tools and good practices Gender equality training. [file:///C:/Users/Home/Downloads/МН0214919ENN%20(1).pdf]
- Щурко Т., (2016). Глобальный медиа-мониторинг 2015: кто сообщает о ком? <https://nmnby.eu/news/analytics/5997.html>
- Forbes Kz, (2017). Кто сколько зарабатывает в Казахстане, 30 января 2017 года, https://forbes.kz/stats/kto_skolko_zarabatyivaet_v_kazahstane/

Электронные ресурсы:

- <https://the-steppe.com/news/razvitie/2019-03-05/dengi-pahnut-kak-fortebank-sozdal-duhi-s-aromatom-zhenskogo-predprinimatelstva>
- <https://informburo.kz/novosti/dengi-s-zapahom-duhov-poyavilis-v-bankomatah-fortebank-86254.html>
- <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2019/03/05/114256/>
- <https://kursiv.kz/news/vlast-i-biznes/2019-03/aromatnyy-biznes-stalo-izvestno-proiskhozhdenie-pakhnuschikh-deneg-v>
- <https://www.zakon.kz/4960477-fortebank-podderzhivaet-zhenshchin.html>

References

- Akmoldina G.I., (2018). Gendernoe ravenstvo [Gender equality]. 5 marta, 2018. <https://www.zakon.kz/4907400-gendernoe-ravenstvo.html>
- Abdykalikova G, (2018). Gul`shara Abdykalikova prinyala uchastie v biznes-forume zhenshchin v Uzbekistane, [G. Abdykalikova took part in the women’s business forum in Uzbekistan], 13 sentyabrya 2018, https://bnews.kz/ru/news/gulshara_abdykalikova_prinyala_uchastie_v_biznesforume_zhenshchin_v_uzbekistane
- Berkimbaeva SH.K. i dr., (2011). Gendernyj podhod v sisteme obrazovaniya Respubliki Kazahstan. [Gender approach in the education system of the Republic of Kazakhstan], – Almaty, 2011. S. 249. <http://kazmkpu.kz/wp-content/uploads/2018/06/11-Gendernyj-podhod-v-sisteme-obrazovaniya.pdf>
- Burton J., (2015). Burton J., and other. The status of women in the U.S. media 2015, New York, 2015. 106 p. https://wmc.3cdn.net/83bf6082a319460eb1_hsr680x2.pdf
- Boateng, K. J. (2017). Reversal of Gender Disparity in Journalism Education– Study of Ghana Institute of Journalism. Observatorio (OBS*), 11 (2), 118-135. doi:10.15847/obsOBS11220171019

- Vostok-Zapad, (2003). ZHenskie innovacionnye proekty. [Women's Innovation Projects] http://www.owl.ru/win/infolist/2003/v30_03.htm
- Central Asia Monitor, (2018). Muzhchiny v Kazahstane poluchayut bol'she zhenshchin na 30%. [Men in Kazakhstan receive more women by 30%.] 12-03-2018, <https://camonitor.kz/30807-muzhchiny-v-kazahstane-poluchayut-bolshe-zhenshchin-na-30.html>
- Gender mainstreaming, 2018. Gender mainstreaming in journalism and communication schools. By UNESCO / UNTWIN on February 25, 2018 <http://waccglobal.org/articles/gender-mainstreaming-in-journalism-and-communication-schools>
- Gertsema, M. (2014) "Gender mainstreaming in media and journalism education", in Vega Montiel, A. Gender and Media: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender. Paris: UNESCO / IAMCR. pp. 70-73.
- GMMP, (2015). Global Media Monitoring Project 2015 National Report. http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Belarus.pdf
- Geertsema-Sligh M. Gender mainstreaming in journalism education. Margaretha Geertsema-Sligh, 2015. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/gamag_research_agenda_geertsemasligh.pdf.
- Kazinform (2019). Pochti 54% studentov kazahstanskih vuzov – devushki. [Almost 54% of students at Kazakhstani universities are girls.] <https://news.mail.ru/economics/36184617/?social=fb&fbclid=IwAR1wrMm5IK7FqvqPUUYp6YDeXJG2E0vqE9F3Y93fz11QxQI-9PBU36WNhY>
- Kapital, (2018). SHag vpered: delovye zhenshchiny Kazahstana «vyshli» na Ankaru [A step forward: business women of Kazakhstan "came out" to Ankara] // Kapital, 15.02.2018, <https://kapital.kz/business/66954/shag-vpered-delovye-zhenshchiny-kazahstana-vyshli-na-ankaru.html>
- Learmonth, M. (2008). "CNN Shells Out \$750,000 for iReport.com Domain." The Huffington Post, Jan. 18, 2008. http://www.huffingtonpost.com/2008/01/18/cnn-shells-out-750k-for-_n_82210.html. Accessed Dec. 11, 2008.
- Made, P.A. (2010) Gender in media education: An audit of Gender in Journalism & Media Education and Training. Johannesburg: Gender Links.
- Made, P.A., 2000. Globalisation and gender training for the media: Challenges and lessons learned. Gender and Development, 8(1), pp.29-34.
- Made, P. and Samhungu, F., 2001. Strengthening gender perspectives in IPS news coverage. In: C. Lowe-Morna, ed. 2001. Whose Views? Southern Africa: Gender in Media Handbook. Johannesburg: Gender Links. pp.136-142.
- North, L. (2010), The Gender 'Problem' in Australia Journalism Education (December 4). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2015844>
- Hans K. Meyer and Haidan Hu, 2013. Gender Stereotypes and Citizen Journalism | Journal of Research On Women and Gender (JRWG). Texas State University, Liberal Arts, Academic Journal.
- Patricia A. Made, 2009, Audit of gender in media education and journalism training at the Polytechnic of Namibia and the University of Namibia. 2009 s.12. http://portal.unesco.org/en/files/47835/12810871301GIME_Namibia.pdf/GIME%2BNamibia.pdf
- Sokolova E.A., SHuplecova YU.A. YAstremkaya YU.A. Gendernye stereotipy v professional'noj podgotovke zhurnalista. [Gender stereotypes in the professional training of a journalist.] <https://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=36420>
- Smirnova O. V., 2011. Integraciya gendernogo podhoda v zhurnalistskoe obrazovanie: rossijskij kontekst. [Integration of gender approach in journalistic education: Russian context] ZHurnalistskoe obrazovanie, Vypusk №4 2011g. <http://www.mediascope.ru/node/963>
- Smirnova Olga V. (2013). Women's advancement in journalism: psychological characteristics. Moscow, Russia Psychology in Russia: State of the Art Volume 6, Issue 1, 2013. <http://psychologyinrussia.com/volumes/pdf/2013/smirnova.pdf>
- UNESCO, (2018). Obuchenie zhurnalistike v celyah ustojchivogo razvitiya novye uchebnye plany [Training in Journalism for Sustainable Development] Franciya, YUNESKO, 2018; <http://old.unesco.kz/publications/2018/233878r.pdf>
- UNESCO, (2014). World trends in freedom of expression and media development. Paris: UNESCO Publishing. <http://old.unesco.kz/publications/2018/233878r.pdf>
- Steiner Linda, 2017. «Gender and Journalism». Feb 2017. Oxford Research Encyclopedias. Communication. <http://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-91>
- Soleymanpour and other, (2015), Omran Mahboubeh Soleymanpour, Alizadeh Homa, Esmaeeli Behrang. The analysis of glass ceiling phenomenon in the promotion of women's abilities in organizations// International Journal of organizational leadership. 2015. № 4. Pp. 315-323.<http://aimijournal.com/Jg/0/d09bbfae-ea92-4d65-b205-76fbf8c1ad58>
- Women and the Media, 2013, Women and the Media: methods, tools and good practices Gender equality training. [file:///C:/Users/Home/Downloads/MH0214919ENN%20(1).pdf]
- SHCHurko T., (2016). Global'nyj media monitoring 2015: kto soobshchaet o kom? [Global media monitoring 2015: who reports on whom?] <https://nmby.eu/news/analytics/5997.html>
- Forbes Kz, (2017). Kto skol'ko zarabatyvaet v Kazahstane, [Who earns much in Kazakhstan,] 30 yanvarya 2017 goda, https://forbes.kz/stats/kto_skolko_zarabatyvaet_v_kazahstane/

Electronic resources:

- <https://the-steppe.com/news/razvitie/2019-03-05/dengi-pahnut-kak-fortebank-sozdal-duhi-s-aromatom-zhenskogo-predprinimatelstva>
- <https://informburo.kz/novosti/dengi-s-zapahom-duhov-poyavilis-v-bankomatah-fortebank-86254.html>
- <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2019/03/05/114256/>
- <https://kursiv.kz/news/vlast-i-biznes/2019-03/aromatnyy-biznes-stalo-izvestno-proiskhozhdenie-pakhnuschikh-deneg-v>
- <https://www.zakon.kz/4960477-fortebank-podderzhivaet-zhenshchin.html>