Министерство образования и науки РФ

Сибирский федеральный университет

Институт филологии и языковой коммуникации

Кафедра журналистики

Экзаменационная работа

"Женская пресса"

Выполнила:

Студентка группы ФЖ10-02Б

Суворова Е.А.

Проверил:

Преподаватель кафедры журналистики

Мельников Е.А.

Красноярск, 2010 год

**Содержание**

Введение

1. Появление женской журналистики в России. Её развитие в советский период

2. Характеристика современной российской женской прессы

3. Сравнительный анализ журналов "Лиза", "Cosmopolitan" и "Elle"

Заключение

Список литературы

**Введение**

**женский журналистика россия печатный издание**

Человек – индивид, который постоянно нуждается в общении, в потребности какой-либо информации. В основном эту информацию человек получает из источников телевидения, радиовещания и периодической печати. Последние их них, то есть периодические печатные издания, всегда активно взаимодействуют с окружающим миром: появляются новые, исчезают старые либо меняют свою концепцию или направленность.

Такие вышеописанные характеристики особо хорошо сказываются на женской прессе, то есть на газетах и журналах для женщин.

На сегодняшний день объём женской прессы достаточно велик, издания для женщин в разнообразии не упрекнёшь, поэтому не всегда понятно, на какую целевую аудиторию направлен тот или иной журнал (газета) и какова вообще классификация современной женской прессы. Какие методы при своей работе используют журналисты, чтобы правильно донести информацию, и что именно хочет современная женщина увидеть на страницах журнала или газеты?

Все эти вопросы слились в единый вопрос "что собой представляет женская пресса?"

**Актуальность работы:** женщины любят узнавать что-то новое, рассказывать это своим знакомым, или благодаря чьим – то советам следовать также, и, безусловно, представительницы слабого пола любят обсуждать различные темы, добавляя свои личные впечатления, суждения. Для всего этого и существуют журналы для женщин, то есть женская пресса. Но отвечает ли она потребностям своей аудитории?

**Цель работы:** выяснить, какие вопросы (темы) отражаются в материалах печатных изданий.

**Задачи:**

1. Проследить историю появления женской журналистики в России.
2. Охарактеризовать современную российскую женскую прессу.
3. Описать специфику содержания женской прессы и разнообразные существующие виды изданий.
4. Сравнить, проанализировать трех представителей женской прессы.

**Объект исследования:** темы, представляемые женскими изданиями и интересующие современных российских женщин.

**Предмет исследования:** журналы "Лиза", **"**Cosmopolitan", "Elle".

1. **Появление женской журналистики в России. Её развитие в советский период**

Женская пресса в России начинается развиваться с XVIII веке. Это "Журнал для милых", "Дамский журнал". После отмены крепостного права возникают десятки новых женских изданий для девушек "Лучи", для девочек "Мой журнал", рассчитанные на широкую аудиторию "Рассвет". Появляются журналы для определённых профессиональных групп "Вестник моды для портних", "Модистка", "Акушерка", "Модный курьер". [3; С. 206]

Такие журналы как "Работница" и "Крестьянка", известные и в современном обществе, в советский период были основными женскими изданиями. Помимо этого появилось 17 республиканских журналов и журналы мод.

Но в советской журналистике, издания, которые предназначались для женщин, занимали скромное место. И в конце 80-х гг. в СССР в свет выходило всего 22 издания для женщин.

Со временем положение женщины в обществе меняется, идет проявление её скрытых творческих и деловых возможностей. Начинает рушиться стандартное мышление, в том числе и в женской среде. А чтобы полностью удовлетворить читательский интерес женщины, нужно открыто и умело вести разговоры на тему отношения общества к женщине.

Учитывая интересы своей аудитории, женские издания объявили о необходимости изменения содержания женских изданий, а в первую очередь об увеличении их числа.

Обновлявшаяся концепция женской прессы вызвала к жизни издания для семейного чтения, издания, удовлетворявшие в большей или меньшей степени запросам читательской аудитории. На женщину же стали смотреть не только как на работницу у станка, но и как на участницу в бизнесе. Тем самым резко изменился характер женской прессы.

Но стоит отметить, что большинство новых печатных изданий (в основном газетного типа) всё же появилось в начале 90-х гг. Они имели необычные названия, тем самым обращая на себя внимание читательниц: "Сударушка", "Натали", "Дочки-матери", "Деловая женщина", "Женское счастье" и многие др. [3; С. 208]

Несмотря на большое разнообразий женской прессы такие издания, как "Работница", "Крестьянка", сохранили и выдержали конкуренцию на информационном рынке.

Различная направленность женских изданий определила и многообразие их целей и задач. В 1994 году журнал "Крестьянка" изменил свой внешний вид, а содержание приобрело новую направленность. [3; С. 208]

Постепенно в информационное поле России стали внедряться и зарубежные печатные издания. Таким образом, вначале 1994 г. в системе женской периодики появилось еще одно издание. Им стал журнал "Cosmopolitan" на русском языке, представляющий собой московский аналог американского журнала под этим же названием.[3; С. 209]

1. **Характеристика современной российской женской прессы**

В современном обществе роль женщин обширна — от продолжательницы рода до общественной деятельницы, свободной творческой личности. В зависимости от типа общества и стадий его развития эти роли постоянно изменяются.

Поскольку в советские времена человек воспринимался, прежде всего, как существо общественное, основными считались профессиональные функции женщины. Однако в период последнего десятилетия XX века женщина начала чувствовать себя более свободной, чувствовать равноправие с мужчиной во всех сферах жизни. В подтверждении этому следует сказать и то, что были сняты запреты в СМИ на темы интимной жизни. Поэтому стали более заметными роли подруги, спутницы мужчины, женщины, которая ухаживает за собой, и, безусловно, матери, хранительницы домашнего очага. Об этом можно судить, глядя на основные темы женских журналов "Психология", "Истории из жизни", "Искусство любви".

Одним из наиболее важных системообразующих признаков женской прессы является аудиторный признак. Женская аудитория по своей структуре так же многоуровнева, как и аудитория в целом, то есть в ней есть разные возрастные группы, разные профессиональные группы и т.п. [2; С. 264]

Но чтобы правильно охарактеризовать аудиторию женской прессы, необходимо отметить своеобразие женской восприимчивости. Женщины, как показывает жизнь, менее агрессивны, чем мужчины, но более подвержены стрессам, обидам, более чувствительны к несправедливости и лжи. С другой стороны, они более практичны, конкретны, более корректны в словесном выражении своих мыслей и идей. Им свойственны сильное чувство сопереживания, душевности, уступчивости. Женщины достаточно наделены интуицией. Женщина эмоциональна, склонна к аргументам чувств, а не к логическому доказательству. Поэтому, учитывая приведённые выше характеристики, сотрудникипечатных изданий должны строго следить над правильностью преподносимой информации.

Также важным системообразующим признаком женской прессы является ее целевое назначение. [2; С. 264] Каждый журнал строго определяет, на какую аудиторию будет нацелен их материал: "Лиза" - в большей степени нацелен на женщин семейных, "Cosmopolitan", "Elle" и "Vogue" - нацелены на молодых активных девушек, "Yes" и "Oops!" - для девочек-подростков.

Одна из целей женской прессы — это формирование образованной, умной, духовно - развитой личности, отсюда и вытекают следующие задачи: сообщать новости, относящиеся к жизни деятельности женщин и женских организаций; изучать и выдвигать на обсуждение актуальные проблемы; отражать и формировать образ современной женщины показывать роль женщины в обществе и семье. [2; С. 266]

В последние несколько лет особенно острой проблемой, которая впоследствии закрепилась в качестве важной цели женской прессы, стала проблема укрепления семьи. На первый план выдвигается задача не только привлекать внимание к проблемам материнства, но и помогать решать их, содействовать укреплению прав человека в семье, сплачивать семью.

У любой женщины всегда есть потребность в добром совете, полезной рекомендации, особенно когда это касается воспитания детей или здоровья членов семьи. Поэтому содействие обмена опытом входит в круг основных задач женской прессы.

Эти основные функции и особенности женской прессы изменялись со временем в связи с изменением ролей женщины в обществе, с переменами, произошедшими в самом обществе и СМИ. Так можно сказать, что в советское время их круг был достаточно узок и сосредоточивался лишь на помощи в выполнении семейных ролей и овладении полезными навыками на практики, просвещении и сохранении здоровья. [3; С. 211]

На сегодняшний день издания для женщин чаще всего поднимают такие темы, как защита материнства и детства, роль женщины в семье, здоровье женщины, ее психологическое самочувствие, права женщин, социальное положение женщины, ее труд, материальное обеспечение, участие женщин в экономическом развитии страны и управлении государством, женщина в быту, полезные советы и практическая помощь ей, взаимоотношения полов, духовный мир женщины, рукоделие, мода.

Но с другой стороны, в современных изданиях велика доля публикаций о моде, одежде, украшениях, о взаимоотношениях мужчин и женщин, любви, о светской жизни, женской элите, о содержании квартиры, дизайне и ремонте, сфере обслуживания, торговле и услугах, о финансовом положении семьи. В большей степени это освещается в аналогах западных журналов.

В связи с особенностями женской аудитории, изданиям присущ свой характерный стиль, который возможно отнести к системообразующим признакам прессы для женщин. Характер женской прессы требует особой мягкой тональности, доброжелательного душевного настроя.

При выборе манеры общения с читателем предпочтение в основном отдается задушевной беседе, контактным приемам, которые находят отклик в душе, ведут к взаимопониманию, ориентируют на какие-либо размышления.

Женская аудитория выбирает скорее публикацию, написанную в доверительном тоне, чем деловую. Изданиям для женщин не противопоказаны никакие жанры. Но предпочтителен выбор таких, которые позволяют наилучшим образом учесть особенности женской аудитории. Поэтому активно используются интервью, беседа, проблемная статья, портретный очерк.

Следует отметить популярность эпистолярных жанров, переписки с читателями. У большинства женских изданий имеется богатая почта. Письма читателей публикуются на страницах журналов и газет. Но, даже если письма не опубликованы, они служат конструктивным основанием в разработке той или иной темы. Весьма распространена в женской прессе справочная информация (советы, консультации). Встречаются очерки и зарисовки, хотя они практически исчезли из изданий общего направления. Популярны различные тесты, анкеты, игровые формы и юмор.

Есть отличия и в оформлении изданий. Они ориентируются на привлекательный, но спокойный и сдержанный дизайн, избегая излишней яркости и крикливости. Громкая, яркая надпись на обложке способна заинтересовать читателя больше чем само оформление. Живой, красочный стиль женской прессы во многом определяют иллюстрации. В некоторых изданиях они занимают иногда до 60% общего объема материалов, особенно в журналах. В основном иллюстрации расширяют знания читателей о заинтересовавшем их предмете.

Своеобразно преподносится и реклама. Она ненавязчива, часто оформляется привлекательно и тактично. Рекламируются, прежде всего, товары, которые могут найти наибольший спрос у женщин, предназначенные для использования в семье, личном хозяйстве, в основном это элитная парфюмерия, брендовая косметика, средства личной гигиены, марки одежды и т.п.

Охарактеризовывая типологическую структуру женской прессы, можно разделить её по нескольким основаниям. [2; С. 270]

По виду изданий женская пресса делится на:

- журналы ("Elle", "Мир женщины", "Лиза", "Женский клуб", "Космополитен" и др.);

- еженедельники ("Сударушка" и др.);

- газеты ("Москвичка", "Натали" (Санкт-Петербург), "Женские игры" (Волгоград), и др.);

- дайджесты ("До и после 18-00");

- бюллетени ("Вы и мы" и др.);

- практические руководства ("Бурда" и др.);

- приложения к различным изданиям (вкладки, тетрадки, "газеты в газете": "Домашний калейдоскоп" в "Работнице", "Лиза Beauty" в "Лизе", "Cosmopolitan Beauty" в "Cosmopolitan" и т.д.).

По региону распространения женские издания делятся на:

- всероссийские, распространяемые по всей территории страны ("Крестьянка", "Работница", "Женское счастье" и др.);

- республиканские ("Женщина", "Сююмбике" (Татарстан) и др.);

-региональные, распространяемые в одной или нескольких областях (тюменская "Сударыня" и др.);

- городские ("Яблоко" (Саратов) и др.),

- международные ("Cosmopolitan", "Elle" и др.).

По аудиторному признаку женские издания предназначены либо массовой, либо специальной аудитории и образуют следующие группы:

- адресованные всем женщинам России ("Работница", "Крестьянка", "Сударушка");

- адресованные региональным или этническим женским сообществам ("Женщины Дагестана");

- адресованные различным возрастным группам (подросткам и молодежи — "Yes", "Cool Girl", женщинам среднего активного возраста — "Cosmopolitan", "Elle");

- адресованные женщинам-матерям ("Няня", "Мамина газета", "Мой малыш");

- адресованные семье ("Домашний очаг");

- адресованные представительницам различных женских профессий ("Супермодель");

- адресованные женщинам с высоким уровнем дохода ("Harper's Bazaar", "Elle", "Vogue").

По целевому назначению женскую прессу можно разделить на издания:

- общесоциальной направленности ("Работница", "Москвичка");

- просветительные, образовательной направленности ("Сударушка", "Женский клуб");

- информационно-познавательные ("Венера-пресс") и проблемно-информационные ("Диалог");

- развлекательные ("Oops!");

- прикладные, практические (журналы мод и т.п.);

- рекламно-информационные ("Алиса").

По предметно-тематической специализации можно выделить издания общесоциальной направленности и специализированные по тому или иному кругу тем и проблем (например, издания, посвященные здравоохранению (журнал "Здоровье для женщины"). Особую группу составляют журналы мод и издания, преподающие технику шитья, рукоделия, ведения домашнего хозяйства, художественного творчества и мастерства.

Если говорить о периодичности женской прессы, то больше всего насчитывается ежемесячных журналов, меньше газет и пока совсем отсутствуют ежедневные издания.

Большинство изданий выходит на русском языке, но есть и национальные издания. Некоторые издаются на двух, а порой и на нескольких языках ("Мир женщины", "Женщины Дагестана" и др.).

Немало журналов, выходящих на русском языке, основаны зарубежными издательскими фирмами и являются русскоязычными версиями известных западных изданий ("Cosmopolitan", "Elle", "Домашний очаг" и др.).

Если задаваться вопросом о перспективы развития женской прессы, то это вопрос сложный. В значительной мере ее будущее зависит от того, как будет развиваться страна. Однако руководители женских изданий считают, что в дальнейшем будут создаваться, прежде всего, специализированные издания, ориентированные на те аудиторные и тематические классы, которые еще не закрыты существующими изданиями (разные возрастные, профессиональные, социальные категории читателей, журналы с прикладной тематикой). [2; С. 275]

1. **Сравнительный анализ журналов "Лиза", "Cosmopolitan" и "Elle"**

На данный момент наиболее читаемыми женскими изданиями являются такие журнала, как "Лиза" (издательский дом "Бурда"), "Cosmopolitan" ("Independent media"), "Elle" ("Inter media group") . Их популярность определяется тиражом (около миллиона экземпляров), обилием разнообразных конкурсов, связанных с этими журналами, ну и, конечно, актуальностью печатаемых материалов.

Интересно, что все данные журналы не являются собственно российскими, а представляют собой адаптированную версию западных изданий: "Лиза" - немецкого, "Cosmopolitan" и "Elle" - американского.

Вот как сами журналы рассказывают о себе.

"Cosmopolitan" - самый популярный в мире журнал для молодых женщин. Известный своим ироничным тоном и независимым стилем, "Cosmopolitan" помогает молодым женщинам решать свои проблемы, осуществлять мечты и добиваться поставленных целей. Образ "девушки в стиле Cosmo" вдохновляет миллионы женщин. "Девушка в стиле Cosmo" молода, независима и энергична, она сама выбирает свой путь и добивается успеха. А журнал помогает ей советами о красоте, здоровье, моде и макияже, отношениях и сексе, карьере и спорте. "Cosmopolitan" перестал быть просто журналом - он стал стилем жизни.

Совокупная читательская аудитория "Cosmopolitan" в России составляет более 2 000 000 человек! [4; 7.]

"Лиза" ("Все краски жизни для тебя!") - классический женский журнал. В России появился в 1995 году как одно из изданий немецкого издательского дома "Бурда". "Лиза" открывает своим читательницам волшебный мир моды и красоты. Журнал рассказывает, как сохранить молодость и привлекательность, как реализовать себя, отвечает на вопросы о сокровенном. Интервью со звездами; современная, практичная мода; советы по здоровью и психологии; секреты макияжа; предложения по декору, которые могут быть реализованы в любой квартире; обширная рубрика кулинарных рецептов; материалы о людях и судьбах; раздел путешествий; свежий взгляд на любовь и партнерство - все это заинтересованный читатель найдет в журнале "Лиза". Еженедельно кроссворды, юмор, розыгрыши призов. "Лиза" - это журнал с традициями и интересной информацией для современной женщины! [5;. 8]

"Elle" - журнал мод номер один в России. Мода и стиль, шопинг и красота, новинки косметики и парфюмерии. В нашем журнале вы можете узнать последние новости из мира моды и стиля, увидеть фото звезд и дефиле всемирно известных брендов, познакомиться с лучшими коллекциями дизайнеров и последними тенденциями в мире fashion и красоты. Смотрите в отдельных рубриках эксклюзивные фотосессии журнала мод и статьи о дизайне интерьера модного журнала ELLE Декор. Также в нашем журнале: модные тенденции, подборки культовых вещей, красота, мода и стиль, советы звездных стилистов, светская хроника и истории о жизни звезд от первого лица. [6; 9]

Как мы видим из описания, эти журналы имеют и общие и отличительные черты.

Более наглядно всю *специфику* журналов можно разглядеть в таблице:

Из данной таблицы, мы видим, что по региону распространения "Лиза" является всероссийским, "Cosmopolitan"и "Elle" - международными журналами. По аудиторному признаку: "Лиза" адресована всем женщинам, хотя "Cosmopolitan" и "Elle" все же ближе женщинам с более высоким уровнем дохода. По целевому назначению "Cosmopolitan" и "Elle" ближе к развлекательным, а "Лиза" к практическим изданиям, хотя они соединяют в себе и те, и другие стороны. По периодичности выхода – "Лиза" выходит каждые две недели, "Cosmopolitan" и "Elle" - раз в месяц. По объему издания – 150-160 тонких страниц в "Лизе", "Cosmopolitan" и "Elle" - 210-280 толстых глянцевых страниц.

Основные составляющие материалов трех журналов – это мода, косметика, отношения с людьми.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование журнала | Регион распространения | Аудиторный признак | Целевое назначение | Периодичность выхода | Основные составляющие материала | Постоянные темы | Объём издания |
| "Лиза" | Всероссийский | Для всех женщин | Практическое изданиям | Раз в две недели | Мода, косметика, отношения в семье, с людьми. | Модные тенденции, отношения на работе, уход за собой, новинки популярной музыки и новые модные книги. | 160 стр. |
| "Cosmopolitan" | Международный | Для женщин с более высоким уровнем дохода | Развлекательное издание | Раз в месяц | Мода, шопинг, косметика, отношения с мужчиной, здоровье. | Модные тенденции, отношения между мужчиной и женщиной, интервью со знаменитыми личностями психология, новинки книг, фильмов, музыки | 287 стр. |
| "Elle" | Международный | Для женщин с более высоким уровнем дохода | Развлекательное издание | Раз в месяц | Мода, красота, стиль, отношения с мужчиной. | Также | 210 стр. |

В связи с первыми двумя составляющими на страницах журналов очень много специфической "женской" рекламы – средства личной гигиены, косметика, специализированные магазины, салоны красоты, книги по уходу за телом, лекарства, бытовая химия, в последнее время появилась реклама сотовых операторов; в журнале "Cosmopolitan" также можно увидеть рекламу дорогих сортов алкоголя (как правило, коньяка) и табака, в "Elle" - дорогих брендов одежды, парфюмерии и косметики, а также ювелирных изделий. Журналы часто проводит рекламные акции для своих читателей – предлагает попробовать новый крем, духи, проводит конкурсы красоты, конкурс на самые интересные письма и т.д.

В журналах задан определенный список тем, которыми обязаны интересоваться читательницы – модные тенденции (что носить в этом сезоне, какие цвета актуальны и т.д.), отношения между мужчиной и женщиной (в виде историй жизни и комментария к ним), отношения на работе, уход за собой (за лицом, за телом), новинки популярной музыки и новые модные книги.

Журнал "Лиза" больше уделяет внимание "семейной" тематике – взаимоотношениям между матерью и ребенком, между мужем и женой, между женщиной и ее родственниками; подробнее пишет о "домашнем" уходе за собой. "Cosmopolitan" и "Elle" же чаще обращаются к дорогой косметике, элитным косметическим салонам; к взаимоотношениям влюбленных, живущих вместе молодых людей, отношениям подруг. В целом "Cosmopolitan" и "Elle" выражают интересы более молодых, обеспеченных, ориентированы на девушек-молодых женщин.

Журнал "Лиза" вообще производит впечатление более иллюстративного – в нем очень много фотографий и не так много текста. Это соотносится с его задачами – постараться осветить основные модные тенденции сезона и обратиться ко всем сторонам жизни современной женщины. Это проще и нагляднее сделать с помощью визуальных, а не словесных образов. "Лиза" развлекательнее – помещает кроссворды, обещая разгадавшим призы. Несомненно, это всего лишь определенный маркетинговый ход, но в "Cosmopolitan" он немыслим.

Журналы "Cosmopolitan" и "Elle" схожи по своему содержанию, целевому назначению, они всегда – а сейчас особенно - преподносили читательницам скорее образ жизни – молодой, преуспевающей женщины, которой, чтобы быть, успешной, необходимо носить такую-то одежду, использовать такие-то духи, выстраивать определенные отношения с близкими, бывать за границей и т.д. "Девушка Cosmo" - это состоявшаяся девушка, та, которой завидуют (такой образ был выстроен в телерекламе журнала), независимая и обеспеченная. Она смотрит актуальное кино (в журнале – интервью с актерами), слушает актуальную музыку (интервью с музыкантами), даже интересуется политикой (интервью с женщинами-политиками).

В целом "Cosmopolitan" и "Elle" - типичные глянцевые журналы, предметы роскоши, достаточно дорогие по цене и описывающие роскошный образ жизни и определенную жизненную философию. Несмотря на это, там есть и глубокие, продуманные материалы и неожиданные журналистские находки, к примеру, "Cosmo – экстрим", когда журналистка намеренно ставила себя в нестандартные условия и описывала то, что из этого выходило.

По своим обращениям к читательницам видна разница в интонации: в "Cosmopolitan" и "Elle" это эмоциональное, броское послание, предназначенное для молодой и активной девушки. В "Лизе" – спокойное обращение, для женщины постарше.

**Заключение**

В данном исследовании мы проследили историю появления женской прессы в России и определили ее основные особенности. Это, во-первых, появление новых видов прессы в 90-ые года XX в., когда женщина начала ощущать больше свободы и осознавать свое равенство с мужчиной во всех сферах жизни. Вследствие этого стали появляться такие журналы как "Cosmopolitan". То есть постоянное изменение жизни (политическое, экономическое) внутри страны влекло за собой противоречивые взгляды общества на образ женщины, тем самым менялась и работа журналистов в женских изданиях.

Уже на сегодняшний день образ женщины четко сформировался, её рассматривают "со всех сторон", в журналах женщина теперь не только работница у станка, но и бизнес - леди, политический деятель, а, главное, подруга, мать и жена.

Естественно, любая женщина четко знает, что она хочет видеть на страницах журнала. В связи с этим существует много различных изданий определенной тематики: то есть журналы для молодых активных девушек "Elle", журналы для женщин семейных "Лиза", для подростков "Oops!", для определенных профессиональных групп "Шьём и вяжем" и т.д. И в основном журналы пытаются как можно больше ответить на потребности читателей, наполняя свои страницы самым необходимым материалом.

Приоритетными действиями всех женских изданий были просвещение женщин, расширение сферы их образования и воспитания, совершенствование ее вкусов и обогащение духовного мира. Но в нашем исследовании были рассмотрены журналы в основном западных переводных женских изданий. И это не случайно, так как именно такие женские журналы сейчас наиболее распространены среди российских женщин.

Сравнивая журналы "Лиза", "Cosmopolitan" и "Elle" мы выяснили, что они преподносят читательницам определенный образ жизни, которому должна следовать успешная женщина. Этот образ дается в визуальных, словесных образах, даже через рекламу. Далеко не всегда он отвечает реальному положению вещей в обществе, но это идеал, к которому стремятся женщины разных возрастов.

Эти журналы освещают достаточно ограниченный круг тем, но не теряют своей аудитории, поскольку темы "Здоровье", "Семья", "Мода" актуальны для женщины всегда.

Тем самым в данной работе было сказано, какие темы освещаются в изданиях для женщин и как время влияет на содержание этих женских изданий.

**Список литературы**

1. Свитич Л.Г. Профессия: журналист (учебное пособие). М.: АСПЕНТ ПРЕСС, 2003г.
2. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (учебное пособие). М.: Изд-во МГУ, 1999 г.
3. Овсепян Р.П. В лабиринтах истории отечественной журналистики (практическая журналистика). М.: Изд. РИП – холдинг, 2001 г.
4. "Cosmopolitan", №2/2009, 3 февраля.
5. "Лиза", №51/2008, 18 декабря.
6. "Elle", август 2010.
7. Cosmo.Ru – Это успех! Женский журнал Cosmopolitan Россия| Мода, стиль, макияж, красота и здоровье, отношения и карьера, http://www.cosmo.ru/
8. Журнал "Лиза" - Журналы для женщин – женский журнал Jane, <http://www.myjane.ru/magazins/this/?id=4>
9. ELLE.ru – Сайт о моде и стиле, красоте, шопинге и звездах. Журнал ELLE, http://www.elle.ru/