**Резюме магистерской диссертации**

**Смирновой Тамары Михайловны**

**«ФЕНОМЕН ЖЕНЩИНЫ-ТРЕНДСЕТТЕРА**

**В ЕВРОПЕЙСКОМ СЕГМЕНТЕ ИНТЕРНЕТА»**

**Н. рук. – Байчик Анна Витальевна, канд. полит. наук, доцент**

**Ключевые слова**: трендсеттер, ранний последователь, ранний новатор, ранний принимающий, женщина-трендсеттер, гендер, европейский сегмент Интернета.

Инновационные процессы являются неотъемлемой частью современной действительности. Стремительные темпы обновления социальной среды требуют от общества более пристального внимания к социальным явлениям, в том числе и к гендерной проблематике, а также к культурологической парадигме, исторически сложившейся внутри нее.На сегодняшний день существует крайне мало исследований, посвященных инновационным процессам с точки зрения гендерной проблематики. Мало работ посвящено также и появлению и функционированию инноваций на начальных этапах, и тому, каким образом эти этапы освещаются в СМИ.

**Новизна данной работы** заключается в том, что в ней мы объединили два направления: гендерную проблематику и часть процесса распространения инноваций в обществе. На основе теоретической базы, в которой мы рассматриваем историческое развитие гендерной проблематики (консервативное, либеральное направления, направление социального конструктивизма), и теорию «Диффузии инноваций», мы определяем дефиницию трендсеттера, его основные признаки – строим социологический портрет, и на основе этого проводим эмпирическое исследование проявление женщин-трендсеттеров в сфере масс-медиа в европейском сегменте Интернета.

**Актуальность работы** заключается в том, что на данный момент нет ни одного исследования, которое было бы посвящено выбранной тематике, которая, несомненно, имеет место в современной действительности. Стоит также отметить, что благодаря своей универсальности теория «Диффузии инноваций» применяется в самых различных научных дисциплинах – в нашем случае она служит концептуальной основой для исследований с точки зрения гендерной проблематики. Пока будут возникать инновации, не имеет значения, в какой сфере, научные исследования феномена распространения этих инноваций будут продолжаться.

**Цель данной работы**: выявить, насколько актуальна исторически сложившаяся культурологическая парадигма о том, что в самом начале социальных процессов, на уровне их появления и зарождения, первенство принадлежит мужчинам, насколько данная парадигма может иметь иной вектор развития, насколько гендерно-дифференцировано появление и функционирование инноваций в обществе.

**Задачи**:

* сформировать теоретический базис исследования, проведя обзор научных школ гендерной проблематики и теории «Диффузии инноваций»;
* изучить европейский Интернет-сегмент на примере англоязычных онлайн-версий печатных изданий;
* определить признаки трендсеттеров;
* сравнить количество упоминаний о мужчинах и женщинах-трендсеттерах в данных изданиях на основе контент-анализа;
* выявить феномен женщины-трендсеттера в европейском сегменте Интернет;
* выяснить, существует ли феномен женщины-трендсеттера на территории европейского сегмента Интернет.

**Предметом исследования** является женщина-трендсеттер. **Объектом** выступают тексты англоязычных онлайн-версий печатных изданий трех европейских стран (исходя из статистики по количеству Интернет-пользователей) – Великобритании, Германии и Франции (сплошная выборка по 5 изданиям с 01.05.2008 по 01.05. 2012).

**Теоретико-методологическая база** включает в себя работы, посвященные гендерной проблематике, ее истории, посвященные «Диффузии инноваций», научные статьи и др. Эмпирическая база состоит из англоязычных текстов онлайн-версий печатных изданий Великобритании, Германии и Франции, а также русскоязычных текстов, посвященных выбранной тематике. Работа разделена на введение, 2 главы и заключение. Первая глава посвящена обзору исторического развития гендерной проблематики и теории «Диффузии инноваций». Во второй главе проводится эмпирическое исследование проявления женщин-трендсеттеров в сфере масс-медиа в европейском сегменте Интернет.

**По итогам исследования:** по итогам контент-анализа выявлены основные признаки трендсеттеров, построена сравнительная таблица, демонстрирующая возможности употребления европейскими СМИ маркеров «trendsetter» и «early adopter». Получены основные выводы о частоте и видах подачи в тексте гендерно-дифференцированных упоминаний о трендсеттерах.