

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

«Образ мужчины в женском журнале

(на примере русской версии журнала «Cosmopolitan» 2017-2019 годов)»

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Зерновой Марии Сергеевны

Научный руководитель
зав. кафедрой, д. филол. н., профессор _____ В.В. Прозоров
подпись, дата

Научный консультант
доцент, к. филол. н. _____ А.Н. Болкунов
подпись, дата

Зав. кафедрой
д. филол. н., профессор _____ В.В. Прозоров
подпись, дата

Саратов
2020

Введение

Актуальность выбранной темы обусловлена текущей ситуацией в мире. Редакторы передовых изданий складывают свои полномочия и отдают глянец в онлайн пространство. Происходит трансформация контента: корректируются выработанные десятилетиями образы и модели поведения. Под влиянием волны громких обвинений в харассменте, повлекших развитие движения «Me Too», гляцевые журналы, как женские, так и мужские, постепенно отказываются от стереотипов, открыто эксплуатирующих сексуальность и исключительно внешнюю привлекательность. Многие «продающие» темы стали «токсичными» в эпоху кризиса печатных средств массовой информации. При этом «Cosmopolitan» не только не планирует закрывать журнал, но и находит решения современных проблем. Со страниц «рупора феминизма» не исчезли мужчины. Напротив, героев стало больше. «Cosmo» помогает своим читательницам сохранить баланс между радикальным феминизмом и его полным отрицанием. Журналисты рассказывают об известных мужчинах, привлекая внимание к их положительным чертам, что уравнивает отношение к противоположному полу.

Мы выяснили, как строится мужской образ в глянце, един ли алгоритм его конструирования, значения каких параметров определяют «пригодность» того или иного героя и кого точно не берут в «Cosmo-мужчин».

Цель нашей работы: определить основные параметры существования образа мужчины на страницах русской версии журнала «Cosmopolitan».

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить следующие **задачи:**

1. Рассмотреть историю русской версии журнала «Cosmopolitan», акцентируя внимание на мужских образах.
2. Изучить, проанализировать и описать проявления образа мужчины в номерах русской версии журнала «Cosmopolitan» 2017-2019 годов.
3. Определить приемы создания образа мужчины в русской версии журнала «Cosmopolitan» 2017-2019 годов.

4. Выявить основные тенденции существования и динамики образа мужчины в номерах русской версии журнала «Cosmopolitan» как лидера современной женской глянцевого журналистики.

Объектом исследования стала русская версия журнала «Cosmopolitan» 2017-2019 годов. **Предметом** исследования – образ мужчины на страницах русской версии журнала «Cosmopolitan».

Для более полного понимания темы обозначим ряд **ключевых слов**: гляцевый журнал, женский журнал, образ, образ мужчины, медиаобраз, стереотип.

Степень разработанности проблемы. Изучением особенностей гляцевой журналистики в целом занимались такие исследователи, как: О.В. Ромаха, А.А. Слепцова, Т.В. Долматовская и другие. Конкретно о женской гляцевой журналистике и ее истории писали В.В. Смеюха «Особенности развития гляцевых женских журналов» (2010), М.Ю. Гудова, И.Д. Ракипова «Женские гляцевые журналы: хронотоп воображаемой повседневности» (2010), С.М. Эбботт «Женские гляцевые журналы в глобальном медиапространстве» (2012).

Однако мы не нашли работ, которые были бы нацелены на исследование специфики репрезентации образа мужчины в женских гляцевых журналах.

Эмпирическую базу составили русские версии транснациональных журналов, их официальные сайты и страницы в социальных сетях: «Cosmopolitan», «Esquire», «GQ», «MAXIM» за 2017-2019 год.

Структура работы включает **введение** с обозначением актуальности темы, определением цели, задач, объекта и предмета исследования, **две главы** («Образы женского глянца России» и «Особенности создания образа мужчины в русской версии журнала «Cosmopolitan»), **заключение**, **список используемых источников** и **два приложения**.

Основное содержание работы

Журналы, в отличие от ежедневной прессы, «более устойчивы к вызовам меняющегося информационного мира»¹. Согласно прогнозам международной компании PwC к 2021 году объем мирового рынка печатных СМИ в стоимостном выражении сократится: газетный сегмент – на 13 %, а журнальный – всего на 2,3 %. Российский рынок также следует тенденции спада. Сегменты газет и журналов массового спроса в периоде с 2019 года по 2023 год будут демонстрировать отрицательную динамику (-6,0% и -1,4% в год соответственно)².

Медиаэксперт Андрей Мирошниченко уверен, что печатный глянец не выживет: «он в числе первых столкнулся с разрушающим влиянием интернета, особенно Instagram»³. При этом «Cosmopolitan» не только выжил, но и остался лидером по привлечению рекламы. «У журнала большой запас прочности. Я помню, что прибыльность его по EBITDa была 40%, это почти нереально для этой индустрии, для бумаги. Я уверена, что «Cosmo» прочнее других брендов, и он будет последним бумажным могиканином»⁴, – вспоминает первый главный редактор русской версии Елена Мясникова.

Сегодня «Cosmopolitan» позиционирует себя, как «журнал №1 для самых модных и стильных девушек планеты»⁵. Средний возраст читательниц – 34 года. Они яркие, ценят свободу, вращаются в сфере «digital», хотят быть успешными и, конечно, они общаются с мужчинами. Любопытно, что часть аудитории журнала составляет «сильный пол»: в 2019 году – 14%, а в 2020 – уже 23%⁶.

¹ Оськин А. Параметры рукотворного кризиса индустрии печатных СМИ России // Журнал «Журналист». URL: <https://jrnlst.ru/press-crisis> (дата обращения 11.03.2020).

² PwC в России: Тенденции развития индустрии развлечений и медиа в России. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/mediaindustriya-v-2019/tendentsii-razvitiya-v-rossii.html> (дата обращения 11.03.2020).

³ Мирошниченко А. Дьявол больше не носит Prada // Журнал «Журналист». URL: <https://jrnlst.ru/the-devil-no-wears-prada> (дата обращения 18.03.2020).

⁴ Кронгауз Е. Мясникова: концепция Cosmopolitan работает везде // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20131224/985916418.html> (дата обращения 30.03.2020).

⁵ «Cosmopolitan»: официальная группа «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/cosmopolitan> (дата обращения 29.03.2020).

⁶ «Cosmopolitan»: медиа-кит 2020. URL: http://www.imedia.ru/upload/iblock/4e2/cosmo_mk_2019_ru.pdf (дата обращения 29.03.2020).

История «Cosmopolitan» началась в 1886 году в Америке. Сначала журнал существовал как семейный, затем стал литературным. С середины 1960-х он переориентировался исключительно на молодую современную девушку и ее интересы. В 1978 году свет увидела пробная версия журнала «Cosmopolitan Man». На его обложке красовался Джек Николсон и Аврора Клеман. Однако он не прижился, выйдя всего однажды. До 1989 года «Cosmo man» выпускался как дополнение к основному тиражу⁷. Однако в некоторых национальных версиях журнала сохранились приложения для мужчин. Например, в Румынии «Cosmopolitan Man» выходит раз в три месяца, а на официальном сайте хорватского журнала есть раздел «100% мужской».

Русскоязычная версия журнала появилась в 1994 году. Уже в 2005 году «Cosmopolitan» установил рекорд по России и Восточной Европе: тираж достиг миллиона экземпляров. Редакция разыграла 10 бриллиантов, а на обложку поместила анонс: «275 холостяков ждут тебя в этом номере»⁸. Внутри читательницы нашли фотографии мужчин, включая очень знаменитых, с номерами телефонов и электронными адресами.

Определяющей характеристикой здесь становится работа с образами. В.В. Прозоров и Е.Г. Елина осмысливают художественный образ как категорию, которая «строится на основе некоего условного договора между автором и читателем, зрителем, слушателем – воспринимающей стороной искусства»⁹. Образное мышление необходимо не только журналисту, но и его аудитории. Благодаря образам «СМИ создают у читателя, зрителя, слушателя художественно-организованную картину реальности, эффект своего рода снов наяву»¹⁰. Однако полноценным он становится лишь после «прочтения» и осознанного понимания аудиторией. Главный редактор журнала «Esquire» Сергей Минаев признается, что

⁷ Men's magazines: an A to Z // Magforum URL: <http://www.magforum.com/mens/mens-magazines-a-to-z-2-carnival-club.htm#con> (дата обращения 20.03.2019).

⁸ Кронгауз Е. Мясникова: концепция Cosmopolitan работает везде // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20131224/985916418.html> (дата обращения 30.03.2020).

⁹ Прозоров В.В. Введение в литературоведение: учеб. Пособие // В.В. Прозоров, Е.Г. Елина. – М. : Флинта : Наука, – 2012. – С. 81.

¹⁰ Прозоров В.В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, – 2004. – С. 123.

с появлением социальных сетей волшебство образа пропало: «разрушив визуальную стену, герои зачем-то начали диалог с поклонниками, чем окончательно порвали магию отношений»¹¹.

На основе исследований компании «Mediascope» мы отобрали три мужских журнала («Esquire», «GQ», «МАХИМ») в Российском пространстве, лидирующих по количеству аудитории, чтобы рассмотреть образы поближе. Например, мужчина из «Esquire» всегда имеет свой взгляд на проблему. Он – «ухоженный джентльмен»¹², который следит за своим духовным и интеллектуальным развитием. Герой «GQ» и российского глянца в целом успешен – это константа: «Я потратил 40 лет на то, чтобы стать лучшим в профессии»¹³, «Я служу ректором, но я был есть и буду премьером Большого»¹⁴, «У меня всегда аншлаги, я не знаю, что такое полупустые залы»¹⁵. В иерархию ценностей мужчины из журнала «МАХИМ» входят: «женщины, устройство мира, культура, здоровье и внешность, деньги, политика, автомобили, спорт, отцовство»¹⁶.

Образ мужчины в женских и мужских современных российских глянцевого журналов отличается – разные системы ценностей и приоритеты целевой аудитории. Согласно аналитическому обзору Всероссийского центра изучения общественного мнения женщины, принявшие участие в опросе, распределили черты мужчин следующим образом: «надежность, доброта, интеллект, порядочность, честность, мужественность, забота, трудолюбие, внешность»¹⁷.

В мужских журналах ценностная иерархия складывалась несколько иначе: для них важны карьерный рост, профессиональное развитие, работоспособность, ответственность, интеллект. Значимость моды и заботы о внешнем виде в

¹¹ Минаев С. Кумир не будет прежним // «Esquire» Русское Издание. – 2020. – № 49. – С. 24.

¹² Булевская С.А. Гендерные стереотипы в мужских глянцевого журналов: формат издания и специфика образа идеального мужчины // Известия Уральского федерального университета. – 2017. – №159, 23 (1). – С. 49.

¹³ Салливан Э., Силакова С. Руки прочь // «Esquire» Русское Издание. – 2019. – № 37. – С. 108.

¹⁴ Зыгарь М. Все про па // «GQ» Россия. – 2019. – № 1 (210). – С. 77.

¹⁵ Минаев С. Вечный Олег // «Esquire» Русское Издание. – 2020. – № 47. – С. 44.

¹⁶ «МАХИМ»: медиа-кит 2020. URL: <http://www.hearst-shkulev-media.ru/projects/site/maxionline.ru/> (дата обращения 23.04.2020).

¹⁷ Самые ценные мужские качества: глазами россиянок // Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения. URL: <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/religion-lifestyle/moral-relations/article/samyecennye-muzhskie-kachestva-glazami-rossijanok.html> (дата обращения: 23.04.2020).

мужских журналах явно выше, чем в результатах опроса женского мнения относительно этой темы.

В целом, образ мужчины в женском глянцево-м журнале не является антиподом его мужского аналога. Герои, все, как один, трудолюбивые и целеустремленные – иначе как бы они добились такого успеха. В «Cosmopolitan» чаще, чем в мужских журналах, затрагивают тему семьи и отношений, иногда обозначают семейное положение героя. В шкалу ценностей конструируемого профессионалами образа можем добавить: чувство юмора, энергичность, ответственность, энтузиазм и умение решать проблемы посредством диалога. Редакция журнала подтверждает: «как и большинству девушек, в мужчинах нам очень нравится чувство юмора»¹⁸, «умный, привлекательный и очень ответственный... полностью отвечает нашим представлениям об идеальном мужчине»¹⁹, «смешной, талантливый и очень искренний»²⁰.

Редакция с нескрываемым удовольствием разрушает стереотип, будто мужские потребности «ограничиваются кратким списком «Секс, еда, развлечения»²¹. Каким бы сильным ни был герой, ему необходим «внутренний комфорт, забота, доверие»²². Автор «Cosmo» всегда старается показать мужчину в лучшем свете. Поскольку характеры приглашаемых героев порой сильно отличаются, их образы также играют разными красками. Множество журналистских приемов (морфологические, лексико-стилистические и синтаксические средства привлечения внимания, минус-прием, различная степень глубины вопросов) создают неповторимые, индивидуальные медиаобразы.

С 2017 года по 2019 год в «Cosmopolitan» было опубликовано 33 материала с западными звездами, 58 – с россиянами и уроженцами СНГ. В некоторых интервью участвовали сразу несколько человек: например, группа «Градусы» или

¹⁸ Севастьянова О. «Я плыву по течению и никогда не загадываю на будущее» // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2017. – № 11. – С. 159.

¹⁹ Сысоева Н. Максим Матвеев: «Я не люблю зависеть от обстоятельств. Лучше буду выстраивать их сам» // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2017. – № 12. – С. 173.

²⁰ Сысоева Н. Эффект невесомости // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2017. – № 14. – С. 179.

²¹ Бирюков А. Спасибо, не надо! // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2017. – № 14. – С. 182.

²² Бирюков А. Спасибо, не надо! // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2017. – № 14. – С. 182.

дуэт «Hurts». Разница в том, что «заграничные» мужчины попадали в журнал при условии феноменальной известности, в то время, как отечественные герои могли только начинать свой профессионально-творческий путь.

В каждом номере «Cosmopolitan» мы находим от одного до трех развернутых интервью с мужчинами. Здесь срабатывает механизм: событие – герой – материал. Например, «1 ноября на Netflix вышел фильм «Король», в котором главную роль сыграл актер Тимоти Шаламе»²³ или «Перед премьерой фильма «Вторжение» (в прокате с 1 января) редакционный директор Cosmo встретила с его режиссером Федором Бондарчуком»²⁴. Таким образом журналисты убивают сразу двух зайцев: и герой интервью доволен пиаром себя и проекта, и в копилку журнала отправляется еще один интересный мужчина.

Все чаще мужчин упоминают в материалах о редакции: «над номером работали» и «(не)остались за кадром». Фотографы, стилисты и визажисты с мировыми именами участвуют в подготовке съемок для «Cosmopolitan», после чего рассказывают о прелестях и сложностях работы. Немало материалов в «Cosmo» написано самими мужчинами. В 2018 году в журнале появились постоянные колумнисты.

На страницах журнала в период с января 2017 года по декабрь 2019 года можно встретить 98 мужчин, которым посвящены полноценные материалы. Заметим, что за три года некоторые звезды приходили в журнал дважды. Такого рода материалы не дают полного описания каждому из героев – они не строятся по принципу досье. Автор может работать крупными мазками, набрасывая образ мужчины в целом, а может детально прорисовывать полотно карьеры или семейной жизни.

Собирательный образ на страницах журнала имеет общие черты с характеристиками из статьи «11 признаков идеального мужчины, признанных

²³ Розенштайн Т. Главное – оставаться самим собой // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2019. – № 46. – С. 76.

²⁴ Пенева А. Федор Бондарчук: «Я по-прежнему идеалист» // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2019. – № 46. – С. 62.

учеными и доказанных экспериментами»²⁵, размещенной на официальном сайте «Cosmopolitan». Исследователи пришли к выводу, что густые брови – «это типичный признак маскулинности, считаваемый женщинами»²⁶. То же самое относится к щетине. Такие образы становятся стереотипными, если «разделяются, по крайней мере, 3/4 индивидов в пределах социальной общности»²⁷.

«Cosmopolitan» согласен с исследователями, поэтому одним из типичных признаков маскулинности журнал считает густые брови: 74% «Cosmo-мужчин» (72 человека) могут похвастаться таковыми. Следующий фактор, влияющий на привлекательность в глазах женщин – растительность на лице. Подтверждением этому служат цифры: 71% мужчин со страниц глянца предпочитают щетину или бороду. Более половины героев – короткостриженные брюнеты.

С цветом глаз несколько сложнее: не всегда план фотографии позволяет рассмотреть такие детали. На некоторых изображениях герои прищуриваются, закрывают глаза или надевают темные очки, что не позволяет составить точную статистику. Из 98 «Cosmo-мужчин» всего у 7% зеленые глаза. Лидерами в данном параметре стали герои с карими глазами – таковых оказалось 39% (38 мужчин).

Между образом «Cosmo-мужчины» и представителем европеоидной расы можно поставить знак «равно». Глянцевый журнал ни разу не познакомил читательниц с героем монголоидной или негроидной расы. Это связано с предпочтениями целевой аудитории, а также с конкретной территорией распространения. В зарубежных национальных версиях журнала соотношение будет складываться абсолютно иначе.

Комплекция приглашаемых мужчин варьируется от худощавых до героев с легкой полнотой. Однако с 2017 года в журнале не появилось ни одного человека с явно большим лишним весом. У 20% мужчин были замечены татуировки, чаще

²⁵ 11 признаков идеального мужчины, признанных учеными и доказанных экспериментами // «Cosmopolitan». URL: <https://www.cosmo.ru/lifestyle/news/08-08-2018/11-priznakov-idealnogo-muzhchiny-priznannye-uchenymi-i-dokazannye-eksperimentami/#part0> (дата обращения 25.04.2020).

²⁶ Там же.

²⁷ Зиновьева Е.С. Создание стереотипного образа мужчины в глянцевых журналах (на материале русского и английского языков) // Вестник КГУ. – 2016. – №5. – С. 199.

всего они набиты на руках. Мы считаем этот показатель заниженным. Одежда может закрывать изображения на теле героя, что дает нам основание думать об отсутствии татуировок. У 79 «Cosmo-мужчин» их нет или не видно.

За исследуемое нами время в журнал пришел 41 актер. Музыкантов и певцов оказалось чуть меньше – 27 человек. Читательницы могли заметить, что отдельные профессии фигурируют нечасто: топ-менеджер, инвестиционный директор, маркетолог. Тенденция к расширению параметра для отбора героев получила развитие только в 2019 году.

Качественные составляющие мужского характера дополняют образ. О ценности семейных отношений задумываются 15% «Cosmo-мужчин». Романтичными себя называют 7% героев журнала. Чаще всего в интервью встречались такие характеристики как трудолюбие, целеустремленность, чувство юмора. Настоящими исключениями становились мужчины, которые открыто говорили о своих недостатках: «я ленивый, непоследовательный, вспыльчивый, всегда опаздываю»²⁸, «могу быть достаточно жестким и не очень эмоциональным»²⁹, «романтика – не про меня, я сухой»³⁰.

В большинстве материалов не упоминается о семейном положении. Из тех, кто не скрывает подробности личной жизни, большинство – женаты и воспитывают детей. По отношению к 34% «Cosmo-мужчин» можно употребить слово «семьянин». Однако разведенные герои поддерживают связь с детьми.

Опираясь на проведенное исследование, мы можем описать медиаобраз современного мужчины, репрезентуемый русской версией журнала «Cosmopolitan». Это светлокожий мужчина обычного телосложения, представитель европеоидной расы. Овал его лица – правильный, губы – узкие, глаза – карие, нос – с прямой спинкой. Более чем в половине случаев мужчину можно узнать по короткой стрижке, прямым темным волосам, густым бровям,

²⁸ Аносова К. Еще не вечер // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2019. – № 35. – С. 78.

²⁹ Мужчина мечты // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2019. – № 44. – С. 68.

³⁰ Аносова К., Астроух М. Оле-оле-оле, Россия, вперед! // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2018. – № 28. – С. 91.

небрежной щетине. Его взгляд решителен и полон энергии. «Cosmo-мужчина» не пренебрегает аксессуарами, но и не перебарщивает: в его арсенале – кольцо/часы/цепочка. На его теле нет татуировок. В одежде он предпочитает стиль «кэжуал», качественные брендовые вещи, подобранные со вкусом.

Ему 34 года, что соответствует среднему возрасту целевой аудитории, родился в России, имеет высшее образование. Он – часть мира шоу-бизнеса; успешен, много путешествует, но еще больше работает. Понимает, что женщина слабее, поэтому заботится о ней. У «Cosmo-мужчины» прекрасное чувство юмора, но при этом он имеет право быть не в настроении.

Так выглядит усредненный образ мужчины на страницах русской версии журнала за три года. Этот образ динамичен, он меняется с течением времени. В 2017 году герои «Cosmo» были старше, в среднем, на 8 лет. Интервью с ними в половине случаев сводились к переводу и цитированию зарубежных версий журнала. Сегодня мужская часть «Cosmopolitan» стала более насыщенной. Хорошее дополнение к материалам – бэкстейджи, благодаря которым история по-настоящему оживает. Современный гляцевый журнал старается подчеркнуть достоинства героев, но не стесняется говорить читательницам, что мужчина не робот: он может ошибаться, в его биографии могут быть разводы, профессиональные неудачи и слезы. Но на пути к успеху он не сдастся, и гордо несет звание «Cosmo-мужчины».

Заключение

За 134 года существования бренда «Cosmopolitan» лицами журнала становились самые известные, популярные и привлекательные девушки. Несмотря на то, что издание открыто говорит: «мы вообще не пускаем мужчин на обложку»³¹, в его истории все же были случаи, когда это вакантное место удавалось занять «сильному полу». Однако русская версия журнала ни разу не решалась на подобные эксперименты.

Отечественные «Cosmo-мужчины» каждый месяц с нетерпением встречают женщин на первых полосах и заботливо ведут их сквозь весь номер. Все героини яркие личности, а их истории индивидуальны и неповторимы. С 2017 года мы не увидели мужчин, которые были бы похожи друг на друга как две капли воды.

Результат данного исследования может обрести практическое применение в форме интерактивного материала на сайте русской версии журнала «Cosmopolitan». Мы предлагаем создать изображение усредненного образа мужчины со страниц журнала. Оно должно в процентах отображать соотношение, например: густые брови – 73%, щетина – 44%. Материал будет содержать анализ собранных нами данных со ссылками или цитатами и фотографиями героев из номеров за временной промежуток с 2017 по 2019 год.

При желании редакция может расширить материал или, напротив, сосредоточиться на конкретной рубрике, например, создать образ «Мужчины мечты». Интерактив увеличит просмотры и привлечет аудиторию, станет поводом для обсуждения. Результат должен быть адаптирован под различные соцмедиа площадки. Наша работа вполне может стать основой для создания печатного продукта, который найдет место в одной из рубрик «Cosmo».

Исследование может быть продолжено и в другом ключе: возможно проведение детального сравнения «Cosmo-мужчины» и образов представителей

³¹ Сысоева Н. Статус: свободен // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2018. – № 23. – С. 122.

«сильного пола» из других женских журналов. Не исключено подробное изучение и сравнение различных национальных версий издания и, соответственно, образов, наполняющих их. С другой стороны, можно обратить внимание на мужские журналы или вовсе выйти за границы глянцевого прессы. Отдельным предметом интереса может стать реклама: как заранее заготовленные модули, так материалы, спродюсированные редакцией «Cosmopolitan».

«Cosmo-мужчина» становится ближе к обыденной жизни: еще два года назад он обязан был иметь атлетическое телосложение. Сегодня достаточно держать себя в форме, забыв об истязаниях в тренажерном зале. Журнал открыл свои полосы для маркетологов и докторов, хотя, конечно, для самых выдающихся. Несмотря на то, что заметна тенденция сближения героя и его аудитории, публиковать любого из прохожих на своих страницах журнал не заинтересован. Глянец – это роскошь и лоск, поэтому, как бы ни старались стилисты и фотографы, скучный мужчина, не имеющий интересной истории успеха, не станет героем «Cosmo».

«Cosmopolitan» – это современная сказка, мечта, к которой можно прикоснуться. Согласно отзывам читательниц, благодаря изданию они меняются и меняют мир к лучшему. «Сила в женщине», – гласит журнал. Редакция считает, что представительницы «прекрасного пола» будут удовлетворены жизнью, если станут предпринимательницами, наладят отношения с родными людьми или просто примут и полюбят себя. Однако «Cosmo» подсказывает, что существует еще один важный фактор, влияющий на уровень счастья: рядом с сильными и независимыми женщинами должны быть «Мужчины мечты».

ЗМ / Зернова А.С.
1.06.2020г.