

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«“Девушка с обложки” российского журнала “Cosmopolitan” как
феномен массовой культуры»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Болтабаевой Малики Фарходовны

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

У российского «Cosmo» большая история на рынке глянца. Вот уже 25 лет журнал радует своих читательниц яркими статьями и освещением модных новинок. «Cosmopolitan» воспитал целые поколения красавиц.

Актуальность исследования состоит в том, что именно «Cosmopolitan» впервые дал столь объёмный образ-ориентир, четкий пример для подражания и назвал его «Cosmo-girl»¹. До нашей работы никто не изучал образ девушки с обложки «журнала номер один в России», хотя имеются работы, создающие основу для проведения исследования по указанной проблеме.

Объект исследования: российская версия журнала «Cosmopolitan».

Предмет исследования: рубрика «Девушка с обложки» в российской версии журнала «Cosmopolitan» в 2017-2019 годы.

Цель работы: определить феномен рубрики «Девушка с обложки» российской версии журнала «Cosmopolitan» и её значение для массовой культуры.

Для достижения нашей цели необходимо решить следующие **задачи:**

1. Рассмотреть историю российского журнала «Cosmopolitan» и его ключевой рубрики «Девушка с обложки».

2. Провести подробный всесторонний анализ рубрики «Девушка с обложки» в 2017-2019 годы (определить правила выбора героинь; проанализировать структуру рубрики; дизайн и структуру обложек журнала; выявить стилистические, оформительские, методологические и иные особенности рубрики).

3. Определить параметры усредненного образа «Девушки Cosmo» и его значение для российской массовой культуры.

Новизна исследования заключается в не использовавшемся ранее комплексном подходе к изучению содержания феномена рубрики «Девушка

¹ Медиакит «Cosmopolitan» 2019 [Электронный ресурс] // DOCPLAYER. URL: <https://docplayer.ru/151325209-Mediakit-cosmopolitan-mediakit-cosmopolitan.html> (дата обращения 20.10.2019)

с обложки», позволяющем обнаружить формы его влияния на потенциальную аудиторию «Cosmopolitan» в России и выявить способы формирования устойчивого образа «Cosmo-girl», направленного на современных женщин. Кроме того, новизна исследования связана с попыткой систематизировать и типологизировать правила выбора героинь, дизайн и структуру обложек русскоязычной версии журнала, а также определить стилистические, оформительские, методологические и иные особенности рубрики.

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных ученых в области специализированной, досуговой и fashion-журналистики, среди которых С.И. Альперина, О.В. Ромах, В.В. Бирюкова, Е.Ю. Коломийцева, А.Ю. Маевская и др.

Для реализации поставленных задач были использованы следующие **методы исследования**: метод теоретического анализа, исторический и описательный методы. Из эмпирических методов были использованы сравнительно-типологический анализ и контент-анализ.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что оно позволяет внести существенные и важные уточнения в научные представления об особенностях функционирования российской версии «Cosmopolitan» в качестве эффективного инструмента влияния на массовую культуру и формирования у целевой аудитории образа современной женщины. Актуальность этого аспекта обуславливается тем, что сегодня на российском рынке глянцевого издания существует несколько журналов, содержание и рубрики которых направлены на формирование образа «девушки с обложки», как массового феномена. Результаты исследования могут позволить скорректировать уже имеющиеся у них издательские модели и концепции, что окажет положительное влияние на их содержание и структуру. Кроме того, полученные результаты могут быть использованы в учебном процессе на факультетах журналистики при чтении лекций по

различным дисциплинам, а также при разработке тематики спецкурсов и спецсеминаров.

Основной материал исследования – российская версия журнала «Cosmopolitan» за 2017-2019 годы. Всего за указанный период было выпущено 36 номеров с 42 обложками, героинями которых стала 41 девушка:

– номер «Cosmopolitan» за январь 2018 года был выпущен в трёх вариантах обложек;

– выпуск за март 2019 года также издавался в нестандартном виде – с перевернутой, двойной обложкой.

– в честь 25-летия журнала июньский «Cosmo» вышел в 4-ёх обложках с разными девушками.

– новогодний номер за 2019 год рассказывает истории сразу 3-ёх героинь.

Структура работы: выпускная квалификационная работа состоит из введения, теоретической, практической частей, заключения и списка литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава ВКР носит название «**История «Девушка с обложки» «Cosmopolitan»** и включает в себя два параграфа: «**История становления журнала «Cosmopolitan» в России**» и «**История развития ключевой рубрики «Cosmopolitan» – «Девушка с обложки»**».

В первом параграфе содержится история рождения «Cosmo» на мировом рынке и в России. В 1886 году компания «Schlicht & Field» стала печатать журнал для высшего общества. Его рубрики были посвящены женским интересам: мода, интерьер, кулинария, уход за детьми. Но уже с 1888 года издание стало включать цветные иллюстрации, печатать рецензии на различные новинки литературы, в том числе беллетристику известных авторов. В 1905 году журнал выкупил Уильям Рэндольф Херст, а его

главным редактором был назначен Чарльз Эдвард Рассел. Владельцем журнала стало издательство «Hearst Magazines», что привело к изменению его направления и содержания. В «Cosmo» начало появляться всё больше литературных произведений, а также печатались материалы, посвящённые политической тематике, в частности, касающиеся положения и притеснения негритянского населения в Америке.

К середине XX века «Cosmopolitan» постепенно утратил свою популярность – читатели интересовались им все меньше. Но благодаря сотрудничеству с автором известной на тот момент книги под названием «Секс и одинокая женщина» Хелен Герли Браун, которая предложила компании «Hearst Magazines» преобразовать «Cosmopolitan» в издание для молодых и целеустремленных женщин, рейтинги стали заметно расти. В 1965 году Х.Г. Браун стала главным редактором журнала, в котором после ее прихода открыто обсуждались вопросы сексуальной жизни и само его содержание приобрело более демократичный характер.

Таким образом, редакторы журнала определили основной путь его развития, который привёл «Cosmopolitan» к международной популярности. Сегодня «Cosmo» состоит из 58 международных изданий, печатается на 34 языках и распространяется более чем в ста странах мира.

В России «Cosmopolitan» выходит с 1994 года. Его издателем является компания «Independent Media», которая была основана группой голландских инвесторов во главе с Дерком Сауэром в 1992 году. На тот момент главными редакторами являлись Елена Мясникова и Эллен Фербеек, которые выступили инициаторами открытия «Cosmopolitan» и лично убедили представителей американского издательства «Hearst Magazines» в необходимости и целесообразности выпуска журнала в нашей стране.

Можно сказать, что, в целом, для начального периода развития «Cosmopolitan» в России была характерна жесткая ориентация на западные

образы и темы, хотя стиль построения содержания при этом соответствовал особенностям советской прессы. Он отличался повествовательностью и включал в себя достаточно широкий охват тем. В 1996 году и до середины 1998 года журнал позиционировал исключительно отечественные темы и образы. После августовского кризиса в 1998 году в издание снова стали включать западные темы и материалы.

Период устойчивого развития сменился упадком, связанным с ростом популярности социальных сетей. Перед редакторами «Cosmopolitan» возникла необходимость создания новой формы существования, распространения и финансового развития. Для получения информации о новых трендах, последних новостях из жизни кумиров, а также для эстетического наслаждения красивыми видами известных курортов и прочих мало доступных основной части аудитории мест молодым женщинам достаточно было воспользоваться распространенными социальными сетями, к которым относятся «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Twitter», «Instagram» и прочие.

Всё это привело к новому витку в истории российского «Cosmopolitan», который направил большое количество усилий на развитие в интернет-пространстве. В 2002 году журнал открыл свой интернет-портал – «cosmo.ru». Таким образом, он решил проблему конкуренции со стороны социальных сетей. Переключившись на новые требования, «Cosmopolitan» использовал популярные мессенджеры и интернет-страницы в свою пользу, распространив информацию о себе, создав новую базу для рекламных компаний и расширив возможности доступа к своему содержанию для целевой аудитории.

Во втором параграфе рассказывается история рубрики «Девушка с обложки». Она выходит в каждом номере журнала и размещается без привязки к определённым страницам. Чаще всего рубрика написана в жанрах

интервью или портретного очерка. В ней ведется разговор не от имени определенного журналиста, а от лица издания. Есть примеры статей, где девушка с обложки дает интервью не при личной встрече, а через различные средства коммуникации. Как правило, рубрика занимает 6 полос: из них 4 страницы – текст и две – фотографии. Героиней рубрики становятся как отечественные актрисы, певицы, блогеры, так и зарубежные. Начинаются статьи с рассказа о героине: кто она, чем занимается, чего достигла за свою карьеру. Большое внимание уделяется отношениям с мужчинами, женским проблемам, внешнему виду, творчеству и работе.

Первые номера с изображением известных личностей не содержали в себе специальной рубрики, посвящённой им. Использование фотографий знаменитостей выступало лишь в качестве приёма привлечения читателей. Хотя при этом в содержание журнала были включены интервью с ними, истории о них, представление образов знаменитостей в качестве примера мира высокой моды и так далее. Таким же было содержание и российского «Cosmopolitan» до 2009 года. Со временем переход на новый формат оформления лицевой страницы издания потребовал от редакторов введения новой рубрики, которая бы знакомила читательниц с героиней, изображённой на обложке, её историей, личностью, вкусами, представлениями о жизни и прочим. В 2009 году в журнале появляется рубрика «Лицо с обложки», предшественница «Девушка с обложки», которая включала в себя фотографию знаменитости, описание её жизненной истории и интервью с ней.

Вторая глава выпускной квалификационной работы – **«Влияние ключевой рубрики журнала «Cosmopolitan» «Девушка с обложки» на массовую культуру в России»**. В ней содержатся три параграфа: **«Ключевая рубрика и её героини», «Обложка «Cosmo» – зеркало для героинь», «Особенности образа главной девушки номера и его значение для целевой аудитории журнала»**.

В первом параграфе проведён подробный анализ оформления, основных тем и выбора героинь ключевой рубрики. Чаще всего «Девушка с обложки» представлена таким жанром, как интервью. Это обусловлено тем, что он позволяет читательницам вступить в своего рода диалог со знаменитостью. Также в вёрстке используют фотографии героинь в полный рост и изображение лица крупным планом. В первом случае такой подход к оформлению фотопроекта можно объяснить тем, что у читательниц появляется возможность увидеть стиль девушки. А использование портретов направлено на то, чтобы приблизить героиню к читательницам, раскрыть её личность. В подобных фото всегда делается акцент на глаза, которые, как известно, являются зеркалом души.

Чаще всего в качестве героинь рубрики выступают актрисы и певицы. Реже – модели, блогеры и телеведущие. Преобладание в выборе редакторов певиц и актрис можно объяснить тем, что такой вид деятельности среди популярных женщин встречается чаще, чем связанный со сферой косметологии, инетренет-СМИ, театром и спортом. Кроме того, их жизнь постоянно освещается в популярных СМИ, а они сами в глазах большинства читательниц предстают, как идолы, примеры для подражания. Можно сказать, что при выборе героини рубрики «Девушка с обложки» редакторы в первую очередь обращают внимание на близость её образа, к тому, чего ожидают читательницы, что может вдохновить, привлечь, обратить внимание и сформировать желание стать девушкой «Cosmo».

Героинями рубрики становятся не только девушки с типичной модельной внешностью, но и звезды размера XL. Так, на обложке февральского номера за 2018 год изображена модель Эшли Грэм, о которой «Cosmo» написал: «Модель Эшли Грэм не вписывается в стандарты мира моды. Но именно необычные для обложек глянцевого журналов формы помогли ей добиться

успеха. Да ещё какого!»² В роли девушки с обложки может выступать и будущая мать. Майский номер за 2018 год представлен фотографией певицы Светланы Лободы, находящейся в положении. Такой подход к выбору героини со стороны редакторов был направлен на формирование у читательниц понимания, что быть красивой, сексуальной и успешной можно даже тогда, когда ты ждешь ребёнка.

Вопросы, поднимаемые в рубрике, касаются взаимоотношений девушек с мужчинами и близкими людьми, что не удивительно, ведь именно этого ждут от общения со звездой читательницы журнала. Обсуждая проблемы личной жизни, героини делятся опытом, дают советы о том, как пережить разрыв с любимым человеком, как сочетать любовь и карьеру, как встречаться с мужчиной, менее успешным, чем ты сама, и тому подобное. На втором месте стоят проблемы профессиональной деятельности, секретами успешного ведения которой девушки также делятся со своей аудиторией.

Рубрика также включает блиц-опрос – набор вопросов различного характера, на которые девушка с обложки отвечает быстро, не задумываясь, письменно и оставляет свой автограф в конце. Исключение составляют блиц-опросы зарубежных звёздных красавиц, в которых от руки героинь поставлен только автограф, а их ответы представлены в печатном виде. Иногда подписи и пожелания девушек размещаются в конце рубрики без привязки к опросу. Данный приём был взят редакторами журнала из его американской версии. Он позволяет приблизить читательниц к гостье номера, «прикоснуться» к её жизни, сделать сам образ «Cosmo-girl» более достижимым.

Во втором параграфе проведён анализ обложек российского журнала. Нами рассмотрены такие критерии как: стиль героинь, план фотографий, цветовое оформление, шрифты и расположение анонсов. Мы определили, что в 2017 году стиль девушек был представлен коктейльным платьем, с

² Новый Cosmopolitan // «Cosmopolitan» [Электронный ресурс]. – URL: www.cosmo.ru/issue/may-2018/

уложенными волной волосами и макияжем в стиле «nude». В 2018 году в большинстве случаев героини были одеты в вечернее платье, имели причёску с локонами и вечерний макияж. В 2019 году также преобладали вечерние платья, но были уже распущенные волосы без укладки и с макияжем в стиле «nude». За эти три года используемые для оформления обложки наряды стали разнообразнее и ярче.

План фотографий изменился с течением времени. Если в 2017 году чаще всего фотографии девушек были представлены средним планом до середины бедра, то уже в 2018 году этот план сменился на средний до колена. Эта тенденция присутствует и на обложках журналов за 2019 год. Чаще всего изображения героинь представлены таким планом фотографий, который позволяет выделить их образ достаточно чётко, не добавляя лишних деталей, как это бывает при использовании ростового плана, и не исключая нужных аспектов, что происходит при включении фотографии крупным планом.

Проанализировав выбор цветовой гаммы для оформления «обёртки» издания по годам, мы сделали вывод, что на протяжении 3 лет в оформлении обложки преобладают розовый, белый и чёрный цвета, хотя наблюдается расширение разнообразия цветовой гаммы и включение необычных, ярких оттенков.

За три года произошли изменения и в стиле используемых на обложке шрифтов. В 2017 году преобладали шрифты с разным выделением (жирный, полужирный, курсив) и размером, а текст был выполнен с использованием заглавных и строчных букв. В 2019 году данное оформление по-прежнему используется чаще всего, но к концу периода журнал переходит на текст, состоящий преимущественно из строчных букв с заглавной в начале. Таким образом, заголовки анонсов стали менее «кричащими», а сам журнал приобрел более сдержанный, спокойный стиль.

Все 3 года в оформлении обложки анонсы чаще всего перекрывают фотографию героини, а логотип стоит на заднем плане. В их расположении за 2017-2019 годы произошли следующие изменения. В 2017 году были номера с использованием слогана сверху логотипа, чего нет на обложках 2018 года, но присутствует в одном из номеров за 2019 год. Кроме того, к 2019 году стали использоваться надписи или хештеги, размещенные на переднем плане в нижней части обложки. Так, изменения в расположении анонсов отражают стремление журнала соответствовать веяниям современности, в том числе путём использования хештегов, выражающих основную идею номера.

Благодаря анализу содержания и вёрстки рубрики, оформления обложки **в третьем параграфе** «Особенности и влияние образа главной девушки номера» мы определили основные черты «Cosmo-girl».

1. Красавица
2. Разумная покупательница
3. Отличный сексуальный партнёр
4. Хорошая мать и супруга
5. Карьерист, женщина-труженица

Можно сказать, что «Cosmo-girl» – это современная женщина, в меру сексуальная, имеющая привлекательный внешний вид, стремящаяся достичь успеха в профессиональной деятельности, а также считающая, что в жизни обязательно должно быть место личным отношениям, семье и детям. Она всегда активна, нацелена на постоянное самосовершенствование, открыта новому, готова учиться и развиваться. Кроме того, девушка «Cosmo» не боится провалов, проблем или неудач, поскольку принимает их как неотъемлемую часть жизни, к которой надо подходить с умом и быть готовой преодолеть. Красота для героини журнала – это всегда в первую очередь здоровье, а её основанием является хорошее питание и занятия спортом.

Сделанные выводы подтверждаются результатами исследования ключевой аудитории журнала. «Cosmopolitan» является гендерно дифференцированным журналом. Это значит, что его целевую аудиторию составляют преимущественно женщины. Контент-анализ списка пользователей, зарегистрированных на форуме «Cosmo.ru», показал, что 55% аудитории составляют женщины в возрасте 19-27 лет, 25% – 28-36 лет, а остальные 10% – 37-45 лет.

Полученное соотношение говорит о том, что издание по большей части ориентировано на молодых и среднего возраста женщин. Возрастная группа 37-45 лет – это женщины, которые, скорее всего, достигли определённого профессионального уровня и создали семью ещё до широкого распространения «Cosmopolitan» в России. Поэтому журнал им не так интересен, как двум другим выделенным группам читательниц. Хотя показатель в 10% тоже является относительно высоким и позволяет говорить о наличии в целевой аудитории состоявшихся в жизни женщин, следящих за новыми тенденциями и готовых к преобразованиям в различных сферах жизни.

В глазах целевой аудитории, согласно анализу комментариев на форуме, журнал предстаёт в качестве руководства по достижению успеха в профессиональной деятельности, сборника наставлений в сфере личных взаимоотношений с мужчинами и первого советчика в области моды и новых тенденций в сфере искусства и культуры. Подобная характеристика подтверждает тот факт, что издание читают преимущественно женщины трудоспособного возраста – те, для кого перечисленные темы являются наиболее актуальными.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом, можно сказать, что ключевая рубрика журнала и его обложка на протяжении исследуемого периода постоянно трансформировались. Это отражалось как в цветовой гамме номера (использование ярких тонов, а после – спокойных), так и в образах самих девушек (от дерзких и

сексуальных до сдержанных и «интеллектуальных»). Как правило, цветовая гамма обложек соответствует тематической направленности номера и самим героиням.

Проведённый анализ позволил составить усредненный образ «Cosmo-girl». Это современная женщина, в меру сексуальная, имеющая привлекательный внешний вид, стремящаяся достичь успеха в профессиональной деятельности, а также считающая, что в жизни обязательно должно быть место личным отношениям, семье и детям. Она всегда активна, нацелена на постоянное самосовершенствование, открыта новому, готова учиться и развиваться. Несмотря на присутствие негативных штампов о данном образе, в целом, он оказывает положительное влияние на читательниц, формирует в них понимание того, что такое настоящая женщина, каков её внешний и внутренний мир. «Cosmo-girl» – это не только внешняя привлекательность и свобода в отношениях, а также ум, трудолюбие, толерантность и альтруизм. Это подтверждает и общий образ целевой аудитории журнала, которую составляют преимущественно женщины молодого и среднего возраста, интересующиеся не только модой и красотой, но и искусством и культурой, то есть имеющие серьёзные интересы в жизни и достаточно высокий уровень образованности.

Анализируя историю журнала и его ключевой рубрики, а также изменения, которые происходили в ней и с обложкой «Cosmopolitan», мы пришли к выводу, что «Cosmo-girl» является массовым феноменом. Во-первых, благодаря богатой истории и широкому распространению издания о нём известно практически всем, кто, так или иначе, сталкивается со СМИ в повседневной жизни. Человек может любить, или не любить «Cosmopolitan», положительно или отрицательно относиться к его героиням, но, главное, он знает о журнале, а значит, последний оказывает на него определенное влияние, формирует мнение и мировоззрение. За девушками с обложки наблюдает действительно большая аудитория, независимо от личного отношения к изданию.

Можно сказать, что представляемый журналом образ «Cosmo-girl» вырабатывает у читательниц определённые навыки, действует на уровне рефлексов, и таким образом, производит своеобразную «дрессуру» их сознания на эмоциональном, а не рациональном уровне, через легкий стиль изложения, упрощенную подачу информации и яркие картинки. Это не совсем так. Данный образ действительно оказывает сильное влияние на целевую аудиторию, но оно не является негативным. «Девушка с обложки», как массовый феномен, в первую очередь создаёт в обществе определённый эталон современной женщины, которому стремятся следовать читательницы: красавица, имеющая личное мнение, способная его отстаивать, быть самодостаточной и постоянно развиваться. Это ставит перед ними определённую планку, создаёт уровень притязаний, лежащий в основе достойной жизни. Подобное влияние необходимо обществу, которое хочет соответствовать требованиям и веяниям современности.

В перспективе было бы интересно более детально изучить другие рубрики журнала и их влияние на его целевую аудиторию. А также выявить особенности изучаемой рубрики в зарубежных изданиях «Cosmo» в том числе и у конкурентов бренда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Альперина, С.И. Адаптация иностранных изданий к российскому медиарынку (На примере журналов «Космополитен» и «Элль»): автореферат дисс. ... канд. филол. наук / С.И. Альперина. – Москва, 2003.
2. Бирюкова, В.В. Адаптация глянцевого журнала в сети Интернет [Электронный ресурс] / В.В. Бирюкова // Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. – URL: <http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2016-zhurnalistika-v-sovremennom-media/5/birukova.pdf> (дата обращения 5.03.2020).
3. Винникова, Т.А. Русский и английский стереотипы «идеального человека» и их использование в сфере масс-медиа / Т.А. Винникова // Омский научный вестник. – 2006. – № 9 (47).
4. Ворошилова, О.Н. Образ женщины в современном мире (по материалам современных российских журналов) / О.Н. Ворошилова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – № 5 (67).
5. Гудова, М.Ю. Женские глянцевые журналы: хронотоп воображаемой повседневности: монография / М.Ю. Гудова, И.Д. Ракипова. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2010.
6. Как ведёт свои социальные сети издание «Cosmopolitan» [Электронный ресурс] // Амплифер. – 2015. – URL: <https://amplifr.com/blog/ru/sotsialnye-seti-cosmopolitan/> (дата обращения 15.03.2020).
7. Коломийцева, Е.Ю. Женские журналы России: история изучения / Е.Ю. Коломийцева // Культурная жизнь Юга России. – 2008. – № 1 (26).
8. Маевская, А.Ю. Глянцевый журнал в условиях глобализации массмедиа (российская практика) / А.Ю. Маевская: автореферат дис. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2015.

9. Маевская, А.Ю. Зарубежные журналы для женщин на российском медиарынке / А.Ю. Маевская // Научно-практический семинар «Век информации». – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2011.

10. Медиакит «Cosmopolitan» 2019 [Электронный ресурс] // DOCPLAYER. – URL: <https://docplayer.ru/151325209-Mediakit-cosmopolitan-mediakit-cosmopolitan.html> (дата обращения 20.10.2019).

11. Новый Cosmopolitan // «Cosmopolitan» [Электронный ресурс]. – URL: www.cosmo.ru/issue/may-2018/ (дата обращения 2.04.2020).

12. Пушкина, Е.Ю. Современное состояние и будущее печатных средств массовой информации / Е.Ю. Пушкина // Молодой ученый. – 2014. – № 8.

13. Ромах, О.В. Потребительский сектор глянцевого журнала / О.В. Ромах, А.А. Слепцова // Аналитика культурологии. – 2009. – № 2 (14).

14. Ромах, О.В. Содержание и структура глянцевых журналов / О.В. Ромах, А.А. Слепцова // Аналитика культурологии. – 2009. – № 2 (14).

15. Смирнова, А.А. Рынок глянцевых журналов России: тенденции и перспективы [Электронный ресурс] / А.А. Смирнова, Т.А. Пантелеева // Мировые цивилизации. – 2017. – Т. 2. – № 4. – URL: <https://wcj.world/PDF/01MZ417.pdf> (дата обращения 3.03.2020).

16. Тема. Алёна Пенева [Электронный ресурс] // YouTube. – URL: www.youtube.com/watch?v=OcB08BT2GM4&feature=youtu.be (дата обращения 30.10.2019).

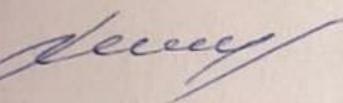
17. Федосова, Р.Н. Управление брендом «Cosmopolitan» в России: поиск инноваций / Р.Н. Федосова, Л.П. Мокрова, Д.Л. Савенков // Горизонты экономики. – 2017. – № 5 (38).

18. Cosmo на связи [Электронный ресурс] // «Cosmopolitan» Русское Издание. – 2019. – № 45.

19. «Cosmopolitan»: медиа-кит 2019 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.imedia.ru/upload/iblock/4e2/cosmo_mk_2019_ru.pdf.

20. «Cosmopolitan» [Электронный ресурс]. – URL:
<https://www.cosmo.ru>.

21. World Fashion Channel Russia [Электронный ресурс] // YouTube. –
URL: https://www.youtube.com/watch?v=xCVbXMg_jqI&app=desktop (дата
обращения 23.10.2019).

 Байгалаева М. Т. 7 июня 2020 г.