**«Семейные ценности в мужских и женских глянцевых изданиях»**

Шведова Тамара Игоревна (МГУ им. М.В. Ломоносова)

 Популярные глянцевые издания пользуются спросом у читателей и являются эффективным инструментом моделирования гендерного самосознания. В данном исследовании анализируютсяпубликации на тему взаимоотношений мужчин и женщин в журналах «Cosmopolitan» и «Men’sHealth».

 «Cosmopolitan» – самое популярное глянцевое издание для женщин (по данным «Mediascope» занимает 4 место в группе ежемесячных и выходящих раз в две недели изданий по России, Москве и Санкт-Петербургу).Вжурнале создается образ независимой, раскрепощенной девушки, основная миссия которой – поиск потенциального спутника жизни. Женщину усиленно стремятся раскрепостить, встраивая в ее сознание мысль о необходимости полной сексуальной свободы, что часто идет в разрез с консервативными убеждениями о необходимости сохранять женское достоинство: «…сейчас такая интересная жизнь: отношения на расстоянии, секс по «Скайпу» и по переписке… Вот поэтому и нужны фотографии тех мест, которые раньше видел только гинеколог» (2018, №9, с.141).

 «Men’sHealth»– ежемесячный журнал для мужчин, первый номер которого вышел в США в 1988 году. На данный момент его аудиторию составляют жители 45 стран мира. Тираж издания в России составляет 150 тысяч экземпляров. В нем публикаций на тему интимных отношений заметно меньше, чем в «Cosmopolitan» – преобладают материалы о взаимоотношениях в паре, методах разрешения конфликтов в семье. В статье «А что если твоя девушка…хочет эмигрировать?» читателям предлагают осмыслить причины желания женщины переехать в другую страну и попробовать устранить проблемы, мешающие ей быть счастливой в России: «…подумай чего, собственно ей не хватает по месту прописки? Неинтересная работа, некрасивый город, отсутствие перспектив - это одна история и во многом она зависит от тебя и от твоего поведения» (2018, №9, с.16). Очевидно, мужчин подталкивают проявлять заботу о женщине и нести за нее ответственность, склоняясь к патриархальным ценностям.

 В 76% публикаций журнала «Cosmopolitan» пропагандируются современные семейные ценности, в то время как в «Men'sHealth» результаты примерно равны в процентном отношении. В анализируемых изданиях в меньшей степени уделяется внимание базовым категориям супружеских взаимоотношений: любви как основе счастливого брака и представления о семье как высшей ценности. Таким образом, представители обоих полов снабжены лишь прикладными знаниями, неспособными заполнить отсутствие базовых убеждений и незыблемых семейных ценностей.