



УДК 070:371.687
ББК 76.032

ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МУЗЫКИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ГЕНДЕРНЫХ ЖУРНАЛАХ

Дина Александровна Ускова

Аспирант кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций,
Санкт-Петербургский государственный университет
dina721@yandex.ru
199004, г. Санкт-Петербург, 1-я линия Васильевского Острова, 26

Аннотация. В статье представлены результаты контент-анализа двух гендерных журналов, *Esquire* и *Cosmopolitan*, за 2019 год, в подборку вошли версии трех стран: Англии, США и России. Подобный сравнительный анализ позволил проследить политику издания в отношении формирования читательских интересов целевой аудитории каждой из стран и особенности освещения музыкальной индустрии, выявить разницу между мужским и женским позиционированием отображаемых тем.

Ключевые слова: музыкальная журналистика, гендерные журналы, *Esquire*, *Cosmopolitan*, контент-анализ.

В современном мире гендерные журналы способствуют социализации читателя, помогая формированию его идентичности, отражая современные тренды и актуальную картину окружающей действительности. Современные мужские и женские журналы «как важный социально-политический и культурный институт» [2, с. 207], с одной стороны, отражают особенности гендерной культуры, опираясь на принятые в обществе представления, а с другой – участвуют в формировании социальных установок.

Диджитализация контента, появление новых информационных площадок усилило борьбу за внимание читателя и подтолкнуло к поиску новых концепций (см.: [3]), отвечающих информационным запросам читателя. Новая система ценностных установок особенно важна для привлечения молодежи, наиболее заинтересованной в отображении новейших мировых трендов (см.: [4]).

Одной из активно меняющихся сфер современной жизни является музыка, в своем

творчестве отражающая социально-политическую и культурную ситуацию в мире. В последние десятилетия наблюдается трансформация критериев оценки музыки, исчезновение разделения жанров на высокие и низкие, увеличение сегментации музыкального рынка и поиск нишевой, узкоспециализированной аудитории и способов обращения к ней.

Отображение музыкальной журналистики в гендерных журналах позволило определить современные тенденции в репрезентации музыки и востребованность обращения к данной тематике.

Для выявления особенностей отражения музыки в гендерных журналах был проведен контент-анализ трех версий двух изданий *Cosmopolitan* и *Esquire* за 2019 год. Таким образом, полученные результаты отражают особенности музыкальной журналистики в разных странах. В контент-анализ вошли российская, британская и американская версии журналов, что позволило сравнить англо-саксонскую и отечественную модели журнали-

тики, выявить особенности музыкальной журналистики в каждой стране, а также проследить различия в отражении музыкальной журналистики относительно гендера.

В контент-анализ вошли печатные версии издания, поиск был проведен по ключевым словам: *музыка, группа, певец, певица, сингл, видео* (для иностранных версий соответственно: *music, band, singer, single, video*). В контент-анализ вошли 154 публикации (103 – *Cosmopolitan* и 51 – *Esquire*). В контент-анализ не включались отдельные статьи, содержащие образы музыкантов без комментариев, в одном ряду с различными знаменитостями с целью разбора внешнего вида, рекламные интеграции (например, продвижение продукции компании «Черный жемчуг» с Полиной Гагариной), упоминание музыканта в качестве подтверждения тезисов, не связанных с музыкой.

В результате контент-анализа удалось выявить тенденцию к переосмыслению традиционных представлений о женщине как хранительнице домашнего очага. Ряд исследователей, включая В.В. Смеюху [6] и А.О. Тойтукову [7], приходит к выводу о том, что основное внимание в женских журналах уделяется вопросам отношений в семье, здоровью и домашнему быту, в то время как мужские интересы являются противопоставленными женским и направлены вовне. Анализ содержательной стороны журнала *Cosmopolitan* показал, что американская и английская версии активно публикуют сообщения о социально-политической ситуации: ложное обвинение в насилии и его влиянии на жизнь обвиняемого, новое восприятие мужественности, криминальная статистика и особенности поиска пропавших женщин, насилие в семье, поддерживается активная женская позиция в бизнесе, публикуются советы о карьерном росте, материалы о женщинах-бизнесменах. Социальная повестка освещается в том числе и в музыкальных материалах: проблема/непонимания, несоответствия ожиданиям общества, зависимость популярности от социальной позиции исполнителя, его высказываний. Российская версия журнала также, пусть и в меньшей степени, обращается к данным темам.

Российская версия журнала *Esquire* в спецпроектах рассказывает про талантливых

молодых людей, которые не соответствуют современным трендам и типичному образу успешного мужчины, выявленному исследователями В.В. Барабашем и Т.В. Сезоновым [1]. Например, в материале *Esquire* «12 апостолов» (№ 3, с. 102) упоминается пианист Иван Бессонов, который не пользуется современными гаджетами, чтобы больше внимания уделять творчеству.

Исследователи О.В. Ромаха, А.А. Слепцова противопоставляют содержание мужских и женских журналов [5], однако и в *Cosmopolitan*, и в *Esquire* регулярно публикуются материалы о машинах, советы об отношениях в современном мире, оба журнала освещают вопросы стиля и демонстрируют жизнь знаменитостей.

Похожая ситуация наблюдается в освещении музыки. Оба издания публикуют материалы о музыке, при этом русскоязычные версии более активно освещают данную тему (в русскоязычной версии *Cosmopolitan* содержится 61 публикация, американской – 20, английской – 22; в *Esquire* в русскоязычной версии 28 – материалов, американской – 12, английской – 10). Отечественная версия мужского журнала организует специальные проекты, в которых выделяются культовые для мировой культуры музыканты, оценивается вклад России в мировое искусство, освещается творчество молодых исполнителей, их взгляды на современную культуру и социально-политическая позиция (рубрика «Правила жизни», публикации «Русский след», № 5, с. 91–93; «12 апостолов», № 3, с. 86–102).

В обоих изданиях творчество исполнителя раскрывается через призму его личности, становление артиста показано как следствие его жизненного опыта. Русскоязычная версия журнала *Cosmopolitan* имеет постоянную рубрику («Топ-3 по версии *Apple/music*»), где публикуются короткие рецензии на творчество российских и иностранных групп, как знаменитых, так и набирающих популярность. *Esquire* размещает на своих страницах спецпроекты о культуре и музыке как ее части, материалы о современных группах и существующих трендах. Внимание уделяется исполнителям разных музыкальных жанров, как отечественным, так и зарубежным. Публикации о региональных исполнителях, по

всей видимости, призваны подчеркнуть уникальность представляемых материалов и повысить осведомленность читателя об интересных локальных проектах.

В русскоязычной версии *Cosmopolitan* происходит периодическое обращение к образам некоторых знаменитостей, в то же время общее количество упоминаемых музыкантов довольно разнообразно. Редакция использует как зарубежные публикации, так и проводит собственные интервью с иностранными исполнителями. Некоторые исполнители, например, Mariah Carey, представлены в нескольких международных изданиях (США: № 8, с. 88–91; Англия: № 12, с. 92–93). Американская версия журнала публикует меньшее количество материалов о музыке, сосредотачиваясь на темах социальной повестки, личной безопасности, изменения современных гендерных ролей. В английском издании также основное внимание уделяется социальным проблемам, профессиональным вызовам и особенностям карьеры и построения бизнеса в разных областях, влиянию гендерных изменений на современные отношения. Западные СМИ обращаются к образам музыкантов как знаменитостей, способных ответить на информационные запросы аудитории.

И в *Esquire*, и в *Cosmopolitan* регулярно публикуется реклама концертов, фестивалей, в том числе организуемых при поддержке редакции. Музыка встраивается в культуру потребления, обладает знаковым статусом, который можно потреблять для самоидентификации, самоутверждения, включая помощь при депрессии и предотвращении суицида. Музыканты упоминаются в рекламных материалах как потребители того или иного бренда.

Esquire наряду с обсуждением музыки обращает внимание на материальные аспекты: стиле музыкантов как способе саморепрезентации с помощью одежды, аксессуаров и гаджетов. Русская версия уделяет больше внимания музыкантам, ставшим популярными благодаря социальным сетям, освещает взаимосвязь музыки и политики, демонстрирует философское осмысление музыки. Исполнители представляют собой культовый образ со своим социальным посылом, их творчество выступает следствием общественных позиций.

В результате контент-анализа печатных версий гендерных журналов *Esquire* и *Cosmopolitan*, вышедших в Америке, Англии и России за 2019 год удалось прийти к выводу, что большее количество публикаций о музыке можно найти в русскоязычных изданиях, где существуют постоянные рубрики и организуются специальные проекты о культуре. Освещение музыкального творчества не зависит от заявленной гендерной направленности издания, несмотря на различия в отдельных аспектах (акцент на различных деталях имиджа) и *Esquire*, и *Cosmopolitan* анализируют внешний вид исполнителей, а также проводимую и поддерживаемую ими социальную политику. Последняя становится важна в рамках общей тенденции к политизации и занятию более активной социальной позиции, проводимой журналами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барабаш, В. В. Гендерность как фактор специфики «мужского» медиаобраза в гляцевом журнале / В. В. Барабаш, Т. В. Сезонов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 9. – С. 304–307.
2. Барабаш, В. В. Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию женских гляцевых журналов / В. В. Барабаш, Т. В. Сезонов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 8. – С. 207–210.
3. Бельский, Д. О. Российский рынок мужских журналов: в поисках новых форматов и концепций / Д. О. Бельский // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 177–179.
4. Овсянникова, Е. К. Проблема формирования гендерных стереотипов в дискурсе гляцевых журналов: социологический аспект / Е. К. Овсянникова, М. В. Насонова, Л. В. Овсянникова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 8. – С. 91–94.
5. Ромаха, О. В. Содержание и структура гляцевых журналов / О. В. Ромаха, А. А. Слепцова // Аналитика культурологии. – 2009. – № 14. – С. 170–176.
6. Смеюха, В. В. Типологическая характеристика современных российских журналов для женщин / В. В. Смеюха // Аналитика культурологии. – 2012. – № 24. – С. 1–7.
7. Тойтукова, А. О. Неологизмы в мужских и женских журналах / А. О. Тойтукова // Мир науки, культуры, образования. – 2009. – № 7-1. – С. 33–35.

**FEATURES OF REPRESENTATION OF MUSIC IN ENGLISH,
AMERICAN AND RUSSIAN GENDER MAGAZINES**

Dina Alexandrovna Uskova

Postgraduate Student,
Department of Theories of Journalism and Mass Communications,
Saint Petersburg State University
dina721@yandex.ru
199004, Saint Peterburg, 1-ya liniya Vasilyevskogo Ostrova, 26

Annotation. The article is devoted to results of content analysis of two gender magazines published in 2019. There were three versions of issues included in this analysis, such as Russian, American, English. This research let us come to conclusions about publisher policy concerning audience demand and features of narrative strategies for men and women.

Key words: music journalism, gender magazines, Esquire, Cosmopolitan, content analysis.