Дмитрий Дмитриевич Трубинов

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

trubinov.dmitrii@mail.ru

**Глянцевые журналы как институт формирования ценностей: от зарубежных стандартов к локальной адаптации**

Глянцевые журналы традиционно занимают особое место в медиапространстве, не теряя актуальности и в современном мире. Будучи не только источником информации, но и инструментом формирования эстетических, социальных и культурных ценностей, они играют важную роль в трансляции культурных кодов. В данной статье рассматривается процесс трансформации ценностных ориентиров глянцевых журналов от прихода зарубежных брендов на отечественный рынок до появления новых локальных изданий.

Ключевые слова: глянцевые журналы, стиль жизни, культурные коды, ценностные ориентиры.

В современном мире под влиянием процессов глобализации, медиатизации и цифровизации СМИ постепенно отходят от формата «транслятора» информационного и развлекательного контента и становятся институтом формирования ценностей. Значимость СМИ обусловливается не только их влиянием на общественное сознание, но и непосредственным участием в формировании ценностей и трендов в обществе. Усиливается роль медиа как институционально организованной структуры, передающей не только информацию, но и образцы культуры.

Мы предприняли попытку обратиться к анализу глянцевых изданий, которые по своей природе нацелены на формирование определенного образа жизни и ценностного уклада. Глянец – тип издания, ключевыми характеристиками аудитории которого среди прочих являются важность уровня качества жизни и удовлетворения своих потребностей.

На постсоветском пространстве глянцевые журналы появляются в 1990‑е гг. с приходом на рынок крупных зарубежных брендов, продуктов издательских домов Independent Media и Condé Nast, транслирующих западные ценности и культурные феномены, которые вызывают большой интерес у потребителей.

Безусловно, важную роль в этом процессе сыграла и политическая обстановка после распада СССР. Особый успех новому типу журналов приносят технологические характеристики: качество бумаги и печати, полноцветные иллюстрации. Темы, которые поднимают авторы, принципиально отличаются от тех, с которыми ранее сталкивалась аудитория. Среди особенностей содержания глянцевых изданий того времени возможно выделить формирование ценностных ориентиров, «воспитание» своей аудитории, приобщение читателей к «элитарному» образу жизни.

Данный тип медиа предлагает аудитории конкретные образцы для подражания. Например, понятие «девушка в стиле Cosmo» описывает читательницам очень четко сформированный образ, к которому нужно стремиться. Через выбор героев повествования и персонажей для обложек глянец навязывает аудитории не только стандарты внешности, но и жизненные ориентиры.

Сегодня в отечественных глянцевых журналах заметно смещение фокуса с зарубежных ориентиров: редакции журналов совершают попытки сочетать западные стандарты «глянцевого» формата с национальными культурными кодами. На обложки помещают российских знаменитостей, возрастает доля самостоятельно созданного контента, а не адаптированного международного.

Если глянец 1990-х и 2000-х активно формировал у читателя интерес к западным ценностям, то в 2020-е, когда западные медиахолдинги покинули отечественный медиарынок, оставшиеся журналы и создающиеся новые обращаются уже преимущественно к российским культурным кодам [1; 2].

Сегодня глянцевые издания сохраняют функцию транслятора ценностей, однако глобальные тренды неизбежно проходят стадию культурной локальной адаптации. Таким образом, глянец продолжают оставаться важным институтом формирования ценностей, хотя под влиянием внешних факторов усиливается процесс включение национального контекста, и трансформируется общий спектр продвигаемых ценностей [3].

Литература

1. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М., 2014.
2. Вартанова Е. Л., Дунас Д. В. Российская медиасистема в начале 2020 гг.: вызовы эпохи неопределенности // Меди@льманах. 2022. № 6. С. 8–17.
3. Трубинов Д. Д. Глянцевые издания в России: история развития и новые реалии // Меди@льманах. 2024. № 5 (124). С. 92–97.