La Donna Cosmopolitan.
Genesi e contenuti di un modello femminile mediatico.

di Angela Pietronigro

INTRODUZIONE

Il mondo delle riviste femminili è affascinante.

Esse condensano l'intero universo "donna" in rappresentazioni che sono anche modelli e prescrizioni, e rivelano in questo modo le immagini sociali che contribuiscono a costruire.

Il mensile *Cosmopolitan* è un esempio noto e vincente di rivista femminile. Sfogliando le sue pagine si ha l'impressione di avere tra le mani un valido strumento per rivoluzionare in toni glamour il proprio ambiente di vita, e, cosa più importante, ci fa sentire parte di una comunità, di un gruppo di Cosmolettrici che condividono non solo la dedizione per il mensile, ma gli interessi, le idee. Il successo della rivista è stato costruito, negli anni, proprio sulla funzione di guida della Cosmogirl nella costruzione del suo ruolo sociale. A modo suo, prima del Web 2.0, *Cosmopolitan* ha costruito una *community* caratterizzata da uno specifico modello comportamentale e antropologico.

La Cosmogirl è, infatti, un ideale di donna giovane, frizzante, avventurosa, alla moda, maestra di stile e di tendenza, attenta a tutte le ultime novità in campo cosmetico, ma soprattutto disinibita e vogliosa di conquistare e stupire gli uomini catturati grazie ai preziosi consigli della rivista del cuore.

Tutte le lettrici sperano di raggiungere lo stereotipo di donna divistico, che ispira ed invita alla perfezione, veicolato dal Cosmostyle rispettando le Cosmodritte fornite loro dalle Cosmospie. E' evidente, dunque, anche dal linguaggio adoperato che, come ogni rappresentazione sociale che si rispetti, anche quella della Cosmogirl ha bisogno, per sopravvivere di essere condivisa dai membri di un gruppo.

Lo scopo di questo lavoro è quello di individuare le rappresentazioni sociali ed i sistemi valoriali veicolati dal mensile *Cosmopolitan* ed osservarne l'evoluzione nel tempo.

Non a caso sono state scelte, come corpus da esaminare, le annate specifiche del 1975, 1985, 1995 e 2005 che, sottoposte ad un'analisi del contenuto assistita dal computer, hanno dato la possibilità di evidenziare tale trasformazione della rivista e dei suoi contenuti in relazione al variare del ruolo e della concezione della donna nella società. Oggetto dell'analisi testuale, tutti gli articoli di *Cosmopolitan* che parlano del mondo femminile e che, in particolar modo, suggeriscono alle lettrici come comportarsi, contribuendo alla costruzione di una valida rappresentazione sociale della realtà.

Fig. 1 - Alcune vecchie copertine della rivista *Cosmopolitan*

COSMOPOLITAN ITALIA

L'edizione italiana di *Cosmopolitan* nasce nel 1973 come continuazione della rivista Arianna (1957),e prende, infatti, proprio il nome di "*Cosmopolitan* Arianna".

Nel primo numero (aprile 1973), il direttore Franco Nencini, si rivolge alle lettrici in modo diretto e confidenziale, ed attraverso il suo editoriale "Perché *Cosmopolitan*", spiega le ragioni che lo hanno spinto ad affrontare quest'avventura. Le sue parole sono indirizzate ad una donna che vuole di più dalla vita, che non si accontenta del ruolo di figlia, moglie o madre, ma che ha interesse a mettere a frutto tutte le sue capacità.

Già all'epoca Cosmo è considerato il successo editoriale degli ultimi dieci anni. In America vende 700 mila copie e più di 400 mila in Gran Bretagna. Nel corso del 1973, oltre alla versione

italiana, sono nate anche quella francese, sudamericana ed australiana.

La rivista è divisa in quattro macroaree: Le inchieste; Moda e Bellezza; Narrativa; Rubriche. Autentica svolta è determinata dall'attenzione che *Cosmopolitan*, più delle altre riviste, dedica alla sfera della sessualità. Articoli sui rapporti tra adolescenti, matrimonio, adulterio, pillola, aborto, omosessualità vengono affrontati con disinvoltura. Con l'avvento della pillola, vessillo della rivoluzione sessuale, la donna, che precedentemente assumeva nei confronti del sesso un atteggiamento di chiusura e di obbligo, diventa appassionata e disponibile, viene spronata a sentirsi libera, a confrontarsi con le altre e pretendere la propria soddisfazione sessuale.

Nel 1996 la rivista termina il suo percorso che verrà ripreso nel 2000. Da questo momento in poi, la rivista prenderà il solo nome *Cosmopolitan*.

Un accorto dosaggio di contenuti rappresenta il segreto di questo successo: le rubriche confidenziali e l'angolo della posta tendono a riproporre di continuo i problemi che stanno più a cuore alle lettrici; i servizi di moda e di cosmesi fanno apparire accessibili i modelli divistici della bellezza e dell'eleganza; la pubblicità, autentica pietra miliare della stampa femminile, dispiega le sue risorse nella lode di tutte le novità.

Anche il numero delle sezioni è cresciuto col tempo: Salute & Benessere dedica ampio spazio alla cura del corpo e fornisce dritte sul come sentirsi al top in ogni occasione. Ricorrono spesso focus sui luoghi di divertimento, la musica e le abitudini più originali e modaiole. Moda & Bellezza riguarda, in modo specifico, i prodotti più trend del momento. Ogni mese, in base alle esigenze di stagione, vengono proposte una serie di strategie e trucchi per valorizzare gambe, capelli, viso ed essere sempre sexy. Nei numeri degli ultimi anni è presente anche una rubrica con le domande delle lettrici e la risposta degli esperti di bellezza. Molti servizi di moda suggeriscono, inoltre, gli accessori che non possono mai mancare nel guardaroba di una perfetta cosmogirl. Star & Personaggi presenta in ogni numero due o tre personaggi italiani o stranieri che si trovano sulla cresta dell'onda. Sesso & Psiche è forse la sezione più rappresentativa della rivista. Tutti suggerimenti per "far impazzire il tuo lui" sono racchiusi in questa sezione. Questi uomini rappresenta una sorta di vademecum per decodificare e, soprattutto, comprendere le abitudini e gli atteggiamenti dell'altro sesso. Lavoro & Soldi oggetti utili e le migliori proposte di acquisto sono protagonisti in questa sezione. Lettere rappresenta il cuore di Cosmo. Tantissime rubriche e spazi dedicati ai problemi ed alle incertezze delle lettrici e non solo: lettere estratte dal forum del sito internet ed una pagina tutta dedicata ai dubbi dei ragazzi con tanto di commenti e suggerimenti femminili. Ogni mese è anche possibile esprimere un parere sugli articoli e le proposte del numero precedente nella sezione specifica.

Fig. 2 -La trasformazione della copertina di *Cosmopolitan* a partire dagli anni '60

IPOTESI ED OBBIETTIVI DELLA RICERCA

Lo scopo della ricerca è di identificare il modello di donna diffuso dalla rivista *Cosmopolitan*, ed in particolar modo, di osservare la trasformazione di questo modello in un arco di tempo determinato. Non a caso sono stati scelti per il campione quattro anni a cavallo di decenni peculiari per la trasformazione della condizione femminile, decenni attraverso i quali la Cosmogirl ha conquistato, oltre ad una piena emancipazione, l'affrancamento dalla condizione di moglie e di madre cui era indissolubilmente legata in precedenza.

IL campione e il metodo

Per studiare la Donna *Cosmopolitan*, è stato sottoposto all'analisi testuale assistita dal computer un intero anno della rivista *Cosmopolitan* ogni dieci, a partire dal 1975, per un totale di quattro anni: 1975, 1985, 1995, 2005.

L'analisi è stata focalizzata sulla totalità dei contenuti dei fascicoli, in modo da ricostruire una visione del mondo. Dunque, non solo gli articoli che danno chiaramente suggerimenti sullo stile di vita e gli atteggiamenti da adottare, ma anche rubriche, test, interviste ecc. Proprio l'analisi dei contenuti (i personaggi segnalati come modelli, le qualità e le attitudini che una Cosmogirl deve dimostrare o ancora, le problematiche che la rivista affronta di volta in volta) ha permesso di definire il percorso evolutivo della rappresentazione sociale di femminilità portata avanti dal magazine.

Il mensile, che registra una readership totale pari a circa 819.000, si rivolge ad un pubblico quasi interamente femminile. Come evidenziato nella Tabella n 2, si tratta, per il 30,8%, di ragazze della fascia d'età 18/24 anni, e per il 25,7%, di donne tra i 2534 anni, mature e indipendenti. Esse appartengono per il 65,6% ad una classe socioeconomica media, ed il 49,8% di esse possiede un Diploma di Media Superiore mentre solo il 34,5% ha una Licenza Media Inferiore. Per quanto riguarda l'area geografica di appartenenza, il 33,9% delle lettrici vive nel NordOvest dell'Italia, segue il Centro con una concentrazione del 24,1% delle lettrici, il Sud con il 21,8% ed il NordEst con il 20,2%.

L'analisi del corpus preso in esame è stata effettuata con il software Lexico3. Creato da C. Lamelle, W. Martinez, S. Flaury e A. Salem, esso è stato messo a punto dal gruppo di lavoro SYLEDCLA2T dell'Université Sorbonne Nouvelle.

Diffusione media	248.047
Readership totale	819.000
Adulti	768.000
Donne	612.000
Uomini	156.000

Tab. 1 - *Cosmopolitan*: distribuzione e readership. Dati pubblicati sul sito della casa editrice Mondadori www.mondadoripubblicita.com.

Tab. 2 - Profilo sociodemoscopico (*)

	% comp.
Classe di Età	
14/17 anni	10,1
18/24 anni	30,8
25/34 anni	25,7
35/44 anni	15,4
45/54 anni	10,5
55/64 anni	4,2
Oltre 64 anni	3,2
Classe SocioEconomica	
Superiore	4,1
Medio Superiore	21,2
Media	65,6
Media Inferiore	8,1
Inferiore	0,9
Titolo di studio	
Laurea	11,5
Diploma M. Superiore	49,8

Licenza M. Inferiore	34,5
Licenza elementare	3,7
Nessun Titolo	0,5
Aree Geografiche	
Nord Ovest	33,9
Nord Est	20,2
Centro	24,1
Sud+Isole	21,8

(*) Audipress 2006/I – Base Donne

DESCRIZIONE DEL CORPUS

Il corpus, costituito da un file di 6,55 MB, e chiamato corpus_cosmo, è definito dalle seguenti caratteristiche lessicometriche:

Numero delle occorrenze	899.693
Numero delle forme grafiche	67.831
Frequenza massima	31.272
Numero degli hapax	36.226

Gli articoli analizzati, che costituiscono la totalità dei contenuti del mensile *Cosmopolitan*, sono stati raggruppati in base all'anno di riferimento. A partire dal 1975, dunque, l'osservazione si è concentrata su un intero anno della rivista ogni dieci per un totale di quattro anni: 1975, 1985, 1995, 2005. Questo criterio ha permesso di analizzare, attraverso l'uso più o meno frequente di termini od argomenti, i campi di maggiore interesse esplorati da *Cosmopolitan*, condizione necessaria per definire il modello di rappresentazione sociale di donna promosso e portato avanti negli anni dalla rivista.

Per fare ciò è stato necessario stilare una lista di categorie all'interno delle quali le parole chiave, ossia i termini rilevanti ai fini dell'analisi del corpus, potessero essere raggruppate. Tale operazione ha permesso non solo di riconoscere e definire con maggiore facilità le sfere d'interesse coperte dalla rivista *Cosmopolitan* ma anche di trarre importanti informazioni dalla maggiore o minore attenzione che ad esse è stata attribuita nel tempo.

In base ad un attento esame dei contenuti, sono state definite tre sfere d'interesse:

1. La sfera delle relazioni. Questo gruppo risulta il più ricco di vocaboli da esaminare
2. La sfera della cura di sé: fa riferimento a bellezza, benessere, moda
3. La sfera della realizzazione personale: formazione e lavoro

ANALISI DEL VOCABOLARIO

Una prima analisi, basata sulla selezione delle forme grafiche maggiormente significative e che compaiono con frequenza rilevante all'interno del corpus, dà la possibilità di trarre le prime conclusioni sui contenuti di *Cosmopolitan*.

Tab. 3 - Lista delle occorrenze

Forme grafiche	Frequenza
Donna	1.541
Uomo	1.392
Amore	1.248
Lavoro	1.042
Rapporto	665
Sessuale	618
Marito	518
Amica	493
Madre	484
Corpo	483
Sesso	470
Piacere	425
Famiglia	425
Partner	409
Successo	347
Coppia	324
Figli	323
Pelle	311
Matrimonio	286
Esperienza	276
Possibilità	268
Moglie	260
Scuola	260
Orgasmo	232
Desiderio	228
Carriera	213
Cuore	206

Relazione	201
Musica	193
Cinema	183

	Sfera delle relazioni
	Sfera della cura di sé
	Sfera della realizzazione personale
	Parole generiche

I primi trenta vocaboli selezionati rientrano in tutte e tre le aree in cui le tematiche della rivista sono state suddivise. Emerge una presenza prevalente della sfera delle relazioni. Non a caso i primi termini in ordine di frequenza sono "Donna" e "Uomo" seguiti da "Amore" e "Coppia" identificativi della relazione per eccellenza, quella amorosa. Ad essi possono essere associati "Marito", "Madre", "Famiglia", "Figli", "Matrimonio", "Moglie", "Cuore", che segnalano l'importanza data alla dimensione familiare e matrimoniale dalla rivista a prescindere dall'anno di riferimento e dai possibili cambiamenti culturali in atto. Interessante è anche la comparsa del termine "Amica", ottavo in ordine di frequenza. Per la lettrice di *Cosmo*, oltre a quella familiare, riveste un ruolo di primaria importanza anche la dimensione amicale del gruppo dei pari.

"Rapporto", "Sessuale", "Sesso", "Piacere", "Partner", "Esperienza", "Orgasmo", "Desiderio", "Relazione" rispecchiano gli ideali di libertà della Cosmogirl, padrona del suo corpo e conscia della sua sessualità. Il mensile *Cosmopolitan*, che per primo ha intrapreso una crociata sessualizzante, ha mantenuto vivo l'interesse verso quest'argomento. Questo emerge con chiarezza dalla numerosità di termini riferiti a questo tema e dalla loro frequenza all'interno del corpus.

"Lavoro", "Successo", "Scuola", "Possibilità" e "Carriera" dimostrano che *Cosmopolitan* si rivolge ad una donna emancipata che punta alla realizzazione personale in ambito lavorativo ed all'istruzione. Mentre termini come "Pelle" e "Corpo" fanno intuire come anche la cura del proprio aspetto sia di primaria importanza. "Musica" e "Cinema" compaiono tra le prime 30 parole più frequenti, a dimostrazione che molto importanza è riservata dalla Donna Cosmo anche al divertimento e agli hobby.

ANALISI DELLA SPECIFICITÀ

Per calcolare l'indice di specificitè, il programma Lexico3 ha effettuato un confronto tra la presenza di determinate parole all'interno di ogni singolo anno e la presenza di quegli stessi termini nel corpus totale, e dunque in tutti e quattro gli anni presi in esame. Se, ad esempio, la parola "Donna", che ha una frequenza nell'intero corpus pari a 1.541, raggiunge all'interno della partizione del 1975 una frequenza pari a 974, ciò vuol dire che essa assume una rilevanza particolarmente significativa in questo anno piuttosto che nel resto del corpus.

Per l'analisi delle specificità quindi, sono state selezionate, per ogni anno, le prime trenta parole con rilevanza significativa ai fini della ricerca ed indice di specificità più alto.

1975. L'anno 1975 fa registrare un numero di occorrenze pari a 294.696. Il maggior grado di specificità in questo anno appartiene alle parole "Donna", "Sessuale" e "Uomo" che addirittura risultano classificate come "fuori norma" (accompagnate dal simbolo ***): esse fanno registrare un indice di specificità molto alto (vedi tabella n. 3). Ben venti termini sui primi trenta selezionati appartengono alla sfera delle relazioni, molti di essi fanno registrare anche un indice di specificità molto alto. L'attenzione è, in questo caso, focalizzata più sulla dimensione sessuale che sulle altre: è evidente il tentativo da parte della rivista di informare le donne riguardo a temi così delicati, anche attraverso una rubrica specifica presente in ogni numero, che affianca gli articoli sul tema, risolvendo le curiosità più comuni. Questo il motivo che spinge all'utilizzo di termini specifici quali coito, eiaculazione, petting, anticoncezionali. Ad essere trattati sono anche temi tabù come aborto, verginità e frigidità che toccano in prima luogo l'universo femminile. Inoltre, la dimensione relazionale cui si fa maggiormente riferimento è quella coniugale (matrimonio, madre, marito) poiché all'epoca il matrimonio aveva per le donne grande importanza e valore. Sette parole su trenta possono essere inserite nella sfera della realizzazione personale con un interesse particolare per l'istruzione. La dimensione lavorativa iniziava ad essere esplorata, forse proprio in quegli anni, dalle prime donne che lasciavano l'occupazione di casalinghe. Solo tre termini possono essere classificati come generici (Donna, Uomo e Ragazza). L'anno 1975 fa registrare degli indici di specificità molto alti in relazione alle parole selezionate che partono da un massimo di *** ad un minimo di 9.

Tab. 4. Analisi delle specificità 1975 (*)

Termine	Freq. Totale	Freq. Partizione	Specificità
Donna	1.541	974	***
Sessuale	618	493	***
Uomo	1.392	728	***
Aborto	105	101	44
Marito	518	287	27
Amore	1.248	582	25
Partners	48	48	24
Coito	76	66	23
Orgasmo	232	147	22
Rapporto	665	337	22
Frigidità	52	48	20
Petting	54	49	19
Madre	484	251	19
Penetrazione	77	61	17
Educazione	124	86	17
Diploma	59	48	15
Matrimonio	286	155	14
Ragazza	396	201	14
Scuola	245	135	13
Verginità	60	47	13
Eiaculazione	84	58	12
Amplesso	38	33	12

Bacio	107	68	11
Masturbazione	58	43	11
Masters	28	26	11
Anticoncezionali	36	31	11
Facoltà	24	23	11
Erezione	63	44	10
Università	109	66	10
Laurea	84	54	9

*Corpus di riferimento: 1985, 1995, 2005 ; Partizione selezionata: 1975

1985. L'anno 1985 fa registrare un numero di occorrenze pari a 223.991. Indice di specificità maggiore è legato alle parole "Capelli", "Acne" e "Colesterolo". A prevalere in questo caso, è la sfera della cura di sé, che fa registrare un numero di diciannove termini su trenta. Questo dato dimostra sicuramente che il divertimento, la bellezza, la salute ed il benessere cominciano ad assumere un ruolo determinante nella vita di una donna. In particolar modo, si parla di cura del corpo (moda, capelli, acne, colesterolo, organismo, forfora, complesso, ginnastica, farmaci, pettinatura) con riferimento anche alla chirurgia plastica (chirurgo) e di svago (ballare, cantare, tennis, disco, musica, hobby). Quattro termini appartengono, invece, alla sfera della realizzazione personale. Fattore interessante è la comparsa della parola "Ambizione" alla quale si affiancano altre parole significative dal punto di vista contestuale (determinazione, manager). Ci si rende conto che quella lavorativa è diventata per la donna una sfida da affrontare a testa alta per arrivare al successo e conquistare posizioni rilevanti. La sfera delle relazioni conta solo sette termini, tre dei quali possono essere facilmente ricondotti allo stato di single (principe, libertina, seducente) e tre con chiaro riferimento alla dimensione della famiglia e della tradizione (chiesa, sposa, marito). Il termine stupro denota l'attenzione che la rivista dedica a temi delicati. Anche per l'anno 1985 ci sono indici di specificità alti che partendo da un massimo di 19 raggiungono un minimo di 5.

Tab. 5. Tabella delle specificità 1985(*)

Termine	Freq. Totale	Freq. Partizione	Specificità
Capelli	218	109	19
Acne	31	27	13
Colesterolo	23	21	12
Organismo	95	47	8
Libertina	14	13	8
Ballo	52	31	8
Cantare	26	20	8
Ambizione	27	20	8
Assorbenti	19	16	8
Cerimonia	17	14	7
Seducente	12	11	7
Stupro	19	14	6

Disco	95	43	6
Forfora	11	10	6
Determinazione	26	17	6
Chirurgo	39	22	6
Manager	45	25	6
Musica	193	74	6
Principe	34	20	6
Complesso	65	30	5
Ginnastica	57	28	5
Farmaci	37	20	5
Tennis	39	21	5
Pettinatura	17	12	5

Hobby	36	19	5
Ballare	49	25	5
Sposa	50	25	5
Chiesa	20	13	5
Moda	161	63	5
Marito	36	20	5

*Corpus di riferimento: 1975, 1995, 2005 ; Partizione selezionata: 1985

1995. L'anno 1995 presenta un numero di occorrenze pari a 219.234. "Pelle", "Cistite" e "Incesto" sono i termini che hanno un indice di specificità più alto. Quattordici termini su trenta appartengono alla sfera delle relazioni. Preservativo, piacere, desiderio, spermatozoi, pudore appartengono chiaramente alla dimensione sessuale e sembrano riferite ad una donna ormai padrona del suo corpo; innamorarsi, cuore e anima sono collegate al tema amoroso, colonna portante dei magazine femminili; mamma, bimbo e parenti all'ambito familiare che riveste ancora una posizione importante nell'universo valoriale delle lettrici; incesto e aids richiamano ancora tematiche delicate che necessitano un approfondimento. Nel 1995, dunque, si stabilisce un equilibrio tra la condizione della donna fidanzata/sposata e quella della single: entrambe le anime convivono all'interno della rivista trovando in alcuni temi e dibattiti, punti d'incontro. Undici parole riguardano la sfera della cura di sé. Mentre sei di questi termini si riferiscono alla cura dell'aspetto (pelle, fondotinta, abbronzatura, grassa, rilassamento, esercizio), cinque appartengono chiaramente ad un linguaggio di tipo medico (epidermide, protesi, paziente, cistite, terapia). Sono cinque le parole che fanno riferimento, invece, al lavoro, al denaro e all'istruzione. In questo caso, ad essere enfatizzato é l'ambito culturale (politica, potere,opinione) affiancato ugualmente da temi sociali (alcolismo) e lavorativi (opportunità). Nel 2005, l'indice di specificità delle parole che assumono rilevanza ai fini della ricerca, comincia ad essere più basso che per gli anni precedenti: parte da un massimo di 14 per arrivare ad un minimo di 4. Anche il numero di occorrenze che sembra assumere un andamento decrescente, col passare degli anni dimostra il grado di importanza che viene attribuito alla pubblicità a discapito degli articoli.

Tab. 6 - Tabella delle specificità 1995 (*)

Termine	Freq. Totale	Freq. Partizione	Specificità
Pelle	53	39	14
Cistite	24	22	12
Incesto	26	23	12
Aids	13	13	9
Preservativo	28	20	8
Politica	91	46	8
Pudore	35	23	8
Protesi	31	20	7
Potere	124	54	7
Mamma	158	62	6
Fondotinta	19	14	6
Cuore	206	75	5
Anima	53	25	5
Bimbo	15	11	5
Parenti	41	21	5
Grasse	14	10	5
Epidermide	36	19	5
Alcolismo	33	18	5
Abbronzatura	17	12	5
Spermatozoi	18	12	5
Terapia	129	52	5
Opinione	50	23	4
Esercizio	88	34	4
Paziente	108	40	4
Sensazione	119	45	4
Innamorarsi	18	11	4
Rilassamento	20	12	4
Opportunitˆ	17	10	4
Piacere	310	100	4
Desiderio	228	76	4

*Corpus di riferimento: 1975, 1985, 2005 ; Partizione selezionata: 1995

2005. L'anno 2005 fa registrare un numero di 161.772 occorrenze. I termini "Cosmo", "Hot" e "Top" fanno registrare l'indice di specificità più alto. La sfera della cura di sé è presente con ben diciassette parole su trenta. Le parole stile, top, fitness, autostima, look, decolleté, cult, shopping, trend, party, mood dimostrano quanto la bellezza ed il benessere del corpo abbia conquistato il podio tra gli interessi delle Cosmogirl. La donna del 2005, conquistata la sua indipendenza economica, ha la possibilità di dedicarsi agli acquisti e segue in modo attento la moda e le ultime tendenze. La sfera delle relazioni scende a otto parole e le dimensioni maggiormente esplorate riguardano il rapporto con gli uomini (boy, fidanzato) e quello di

amicizia (amiche). Finalmente la parola single compare tra le prime trenta nell'analisi delle specificità a discapito dei termini connessi all'ambito familiare che sembrano quasi spariti. Per quando riguarda il sesso hot, sexy, coccole sono le uniche parole che compaiono in lista. Sei sono i termini di natura generica (lui, maschi, girl, cosmo, dritta). Da una prima analisi si evince che a prevalere, nel 2005, sono parole che concorrono alla formazione di un linguaggio specifico: il linguaggio di *Cosmopolitan*. Molti i forestierismi (hot, sexy, trend, mood, etc.) e palese è l'assenza di riferimenti alla sfera della realizzazione personale. Nel 2005 torna alto l'indice di specificità che da un massimo di 34 tocca un minimo di solo 5.

Tab. 7- Analisi delle specificità 2005(*)

Termine	Freq. Totale	Freq. Partizione	Specificità
Cosmo	102	74	34
Top	61	51	29
Hot	45	42	28
Fidanzato	159	85	24
Boy	27	25	17
Cellulare	45	34	17
Stile	127	62	16
Dritta	27	24	16
Fitness	22	20	14
Autostima	53	34	14
Look	60	36	13
Girls	15	15	12
Star	83	40	11
Gossip	13	13	11
Single	44	26	10
Vip	14	13	10
DŽcolletŽ	17	15	10
Lui	1883	442	10
Cult	12	12	10
Maschi	109	47	10
Trend	15	13	9
Sexy	101	43	9
Coccole	23	17	9
Aperitivo	14	12	8
Amiche	198	66	8
Mood	10	10	8
Shopping	27	18	8
Palestra	47	23	7
Sguardo	122	40	5
Party	32	15	5

*Corpus di riferimento: 1975, 1985, 1995 ; Partizione selezionata: 2005

ANALISI DELLE CONCORDANZE

L'analisi delle concordanze ha permesso di effettuare un focus dal punto di vista contestuale sui termini precedentemente selezionati mediante l'analisi delle specificità.

Una prima divisione di tali termini in gruppi, e la stessa analisi delle specificità, hanno permesso di capire ed interpretare il grado di importanza che le tematiche, cui queste parole sono strettamente collegate, hanno all'interno del mensile. I trenta termini di ogni anno sono stati esaminati, dunque, all'interno dei loro contesti di appartenenza ed i dati in merito al loro uso e alla loro frequenza sono stati raffrontati a quelli che fanno registrare nelle altre annate. Il maggiore o minore utilizzo di una data parola e soprattutto il contesto nella quale viene inserita, a seconda degli anni, suggerisce importanti informazioni sulle trasformazioni culturali e di linguaggio non solo della rivista ma anche della società.

Alcuni termini più di altri, inoltre, hanno evidenziato caratteristiche e dettagli significativi ai fini dell'individuazione delle rappresentazioni sociali alla base del mensile *Cosmopolitan* e dell'evoluzione di queste ultime nel tempo.

1975. Il termine che nel 1975 fa registrare un indice di specificità più alto e che risulta molto importante per quanto riguarda l'analisi contestuale è "Donna". Con un numero totale di frequenze di 1.541, compare in questo anno con una frequenza pari a 974. Donna, che rientra nel gruppo delle parole generiche, riesce ad abbracciare nell'interezza gli ambiti esplorati dagli altri gruppi, fornendo, a seconda soprattutto dell'anno di riferimento, un quadro chiaro e dettagliato della condizione femminile.

Per quanto riguarda la sfera delle relazioni, questo termine viene spesso associato alla dimensione del matrimonio e della maternità come se questi due ambiti guidassero la donna verso la piena realizzazione di sé.

Per quanto riguarda la dimensione sessuale, legata indissolubilmente alla relazione matrimoniale e toccata con particolare delicatezza e minuzia di dettagli, si ha lo scopo di superare il concetto di passività nel rapporto fisico e di frigidità proprio di una cultura retrograda. Non a caso molti sono gli approfondimenti e le rubriche che si soffermano su questi temi tabù e che d'altronde suscitano notevole interesse nelle lettrici.

Si approfondiscono i casi della separazione, del divorzio, dell'aborto e della stessa verginità sottolineando che ogni donna deve avere il diritto, in ogni circostanza, di scegliere personalmente cosa è meglio per se stessa.

Per quanto riguarda, poi, la sfera della realizzazione personale, il lavoro non sembra ancora la dimensione tipica del sesso femminile. Molte sono le denunce di discriminazioni di genere subite dalle lettrici sul posto di lavoro: alla donna, per avere successo, serve giocare la carta della bellezza mentre l'uomo fa carriera soltanto grazie alle sue capacità.

Per quanto riguarda la sfera della cura di sé, si ha una concezione della femminilità differente: non bisogna essere necessariamente belle ed affascinanti, l'importante per la donna *Cosmopolitan*, è sapersi comportare. In realtà comincia a sorgere l'interesse per l'aspetto fisico e

l'immagine da curare, migliorare non solo con la cosmesi e l'esercizio, ma anche con l'aiuto della chirurgia per poter restare belle e giovani anche dopo una certa età.

Nel 1985, a fare da padrone nell'analisi contestuale della parola "Donna", è il concetto di emancipazione. La donna emancipata ed ambiziosa, ha il desiderio di fare carriera per realizzare se stessa e la sua personalità nonostante l'essere donna venga concepito come un handicap nella scalata al successo.

Anche nel 1995 (213) la parola Donna porta la sfera delle relazioni e quella della realizzazione di sé ad intrecciarsi. La donna in carriera sente ancora il peso ed il senso di colpa di trascurare la famiglia mentre per le single, libere e felici, non deve essere riconosciuto come un passo indietro il desiderio di una famiglia e di figli.

Nel 2005 (69) la donna é ormai totalmente indipendente ed emancipata, incarna pienamente il tipo di persona che non ha bisogno di un uomo accanto per vivere, é disinibita, conosce la propria sessualità ma continua a sognare l'amore romantico.

L'aggettivo "Sessuale" è il secondo termine a registrare un indice di specificità alto nell'anno 1975 con una frequenza totale di 618 ed una frequenza pari a 423 all'interno di questo 1975. Associato spesso alle parole atto, rapporto, vita, soddisfazione, intesa, piacere, scambio, educazione, il suo significato è spesso associato all'insoddisfazione che le donne provano verso la loro sessualità e alla loro inesperienza in questo ambito. L'educazione, infatti, ha spinto il genere femminile a concepire il sesso come qualcosa di sporco ed impuro costringendo le donne a vivere la sessualità in modo negativo. *Cosmopolitan* le invita, invece, a liberarsi dalle inibizioni e da una morale troppo rigida e le aiuta, attraverso una sorta di guida al sesso, ad affrontare liberamente tutti i tabù. Di estrema importanza risultano la necessità dell'educazione sessuale nelle scuole e di una informazione adeguata prima di affrontare le prime esperienze sessuali. Nel 1985 (97), viene rimarcata l'esigenza di un'informazione che coinvolga in primo luogo le scuole e prende spazio l'approfondimento delle tecniche per raggiungere la piena soddisfazione, tema dominante anche nel 1995 (81). Nel 2005 (17) a dimostrazione di una sessualità più libera, vengono affrontati temi come il risveglio del desiderio, i sex toys etc.

1985. Le prime tre parole che hanno un indice di specificità maggiore rispetto alle altre sono Capelli, Acne e Colesterolo, appartenenti alla sfera della cura di sŽ.

I "Capelli" vengono considerati da sempre come una dimostrazione di femminilità e di eleganza da parte della donna, concetto che viene ribadito fortemente nel 1975 (42), periodo in cui l'eleganza e la raffinatezza fanno da padrone. Nel 1985 (109) i capelli lunghi ritornano come simbolo di eleganza e bellezza insieme ad una marea di consigli su come curarli e valorizzarli. Nel 1995 (41) e nel 2005 (26) il ruolo che i capelli rivestono nell'arte della seduzione è riconosciuto ma meno approfondito che in precedenza, venendo accorpato a tutte le altre tecniche di cura del corpo.

"Acne" (1975=3; 1985=27; 1995=1) riconosciuto come problema estetico abbastanza grave, viene approfondito in merito alle ragioni della sua comparsa ed ai possibili rimedi mentre il "Colesterolo" (1975=21;1995=1; 2005=1) rappresenta uno dei temi trattati per quanto riguarda il benessere fisico e la salute.

1995. A registrare un indice di specificitàmaggiore nel 1995 sono le parole "Pelle" e "Cistite" appartenenti alla sfera della cura di sé eguiti dal termine "Incesto".

La "Pelle" è a parte del corpo che per eccellenza è dentificativa della femminilità Una pelle liscia, luminosa, setosa e perfetta è l desiderio di ognuna e Cosmo fornisce utili consigli su come

ottenerla. Nel 1975 essa compare 58 volte, nel 1985 81 volte e nel 2005 solo 38 volte. Maggiore interesse, dunque, per la cura della pelle si ha nel 1995 con una frequenza pari a 134. Diversamente da come ci si aspetterebbe essa viene trattata non solo dal punto di vista estetico, e dunque della cura di sé ma anche dal punto di vista medico e sessuale.

Il termine "Cistite", di natura chiaramente medica, compare nel 1995 ben 22 volte, ma non ha una frequenza rilevante negli altri anni: sia nel 1985 che nel 2005 viene adoperata una volta sola. Il linguaggio ad esso associato è ecnico e dettagliato.

Nella sfera delle relazioni si inserisce la parola "Incesto". Anche in questo caso compare ben 23 volte nel 1995 ma non registra una rilevanza particolare negli altri anni. La tematica è elicata, ed in questo anno, sono molti gli argomenti spinosi affrontati da *Cosmopolitan*, a dimostrazione di una crescente sensibilità d attenzione per l'universo femminile.

2005. La parola con più alto indice di specificità ell'anno 2005 è "Cosmo", abbreviazione di *Cosmopolitan*. La frequenza con cui compare negli altri anni è uasi irrilevante e questo sottolinea il valore che assume, invece, per le lettrici, nell'ultimo periodo. Essa è ortatrice di una dimensione familiare, di condivisione di un universo valoriale comune a tutte loro manifestato da espressioni come: "noi di cosmo", "ragazze cosmo", "cosmodritte" etc.

Segue l'aggettivo "Top" che nel 1975 (4) e nel 1995 (6) è associato spesso alla parola model riferito, dunque, alle indossatrici di moda. Nel 2005 (74), l'aggettivo top è legato ad ogni esperienza che coinvolga le Cosmogirl: tutto nella loro vita deve essere sempre il massimo, qualunque sia l'ambito al quale si riferisce.

"Hot" mentre nel 1985 (2), e nel 1995 (1) ha una frequenza bassissima ed è associato al termine pants per indicare un capo di abbigliamento alla moda, nel 2005 (42) riguarda tutto ciò che si avvicina alla dimensione della seduzione e del sesso: dagli incontri e le serate con affascinanti accompagnatori, ma soprattutto ai vestiti ed i cosmetici che farebbero perdere testa ad ogni uomo.

A prevalere, nel 2005, è la sfera della cura di sé:

"Cellulare" (1985=6; 1995=5; 2005=34): solo nell'ultimo anno il termine é riferito al telefono cellulare perché precedentemente apparteneva al linguaggio medico;

"Stile" (1975=15; 1985=34; 1995=16; 2005=62): nel 1975 e nel 1985 è rimarcato il concetto di uno stile personale da adottare per avere un'immagine particolare ed unica. Nel 2005, invece, si parla spesso di stile, argomento di primaria importanza per ogni Cosmogirl che vuole essere sempre perfetta in ogni circostanza, in questo caso però, le lettrici vengono spinte più verso l'omologazione;

"Fitness" (1975=1; 1985=1; 2005=20): la cura di sé e soprattutto la conquista di un corpo tonico e snello è l'obiettivo di ogni Cosmogirl che, grazie ai consigli della rivista, è sempre aggiornata sullo sport più in voga tra le star;

"Autostima" (1985=5; 1995=14; 2005=34): riconosciuta come un valore positivo, che guida verso il successo in ogni campo, l'autostima non è così naturale o facile da coltivare e spesso, a subirne la mancanza, sono proprio le donne, continuamente condizionate da modelli di perfezione irreali che le spingono ad avere, di conseguenza, una percezione errata della propria dimensione. Proprio per questo, *Cosmopolitan* porta come esempi da ammirare quelle donne che sono consapevoli del loro valore e suggerisce delle soluzioni per imparare gradualmente a credere di più in se stesse;

"Look" (1975=1; 1985=11; 1995=12; 2005=36): elemento importantissimo per ogni Cosmogirl che vuole essere sempre alla moda, deve essere continuamente stravolto, rivoluzionato o copiato a seconda dei trend di stagione. Numerose le proposte ed i servizi per

aiutare le lettrici a trovare il look giusto;

"Star" (1975=6; 1985=15; 1995=22; 2005=48): la vita ed il look delle star vengono promossi come modelli di stile e di perfezione da imitare;

"Gossip" (2005=13): questo termine, non a caso presente solo nel 2005, rappresenta gli interessi di una moderna Cosmogirl ossia la vita e le vicissitudini delle star più amate;

"Vip" (1975=1; 2005=13): come il termine star, esso è indicativo di uno status da invidiare;

"DŽcolleté" (1995=2; 2005=15);

"Cult" (2005=12): riferito a qualcosa da non perdere, di successo;

"Trend" (1975=1; 1995=1; 2005=13);

"Aperitivo" (1975=1; 1985=1; 2005=12);

"Mood" (2005=10);

"Shopping" (1975=1; 1985=7; 1995=1; 2005=18);

La sfera delle relazioni é presente con:

"Fidanzato" (1975=24; 1985=28; 1995=22; 2005=85);

"Boy" (1975=1; 1985=1; 2005=25): inteso non come fidanzato ma proprio come ragazzo;

"Single" (1985=3; 1995=15; 2005=26): mentre nel 1975 la vita da single veniva intesa come qualcosa di accettabile e divertente ma non di definitivo, nel 2005 quello da single é ormai uno status. Si parla infatti, di single attitude cioé dell'incapacità di stare in coppia perché si adorano le avventure e le storie brevi;

"Sexy" (1975=9; 1985=25; 1995=24; 2005=43): caratteristica riconosciuta sempre nelle altre donne e comunque difficile da raggiungere. Nel 2005, invece, la donna Cosmo ☐ consapevole del suo sex appeal, di poter essere sexy grazie all'acquisto di prodotti che le conferiranno quel tocco di fascino in più;

"Sguardo" (1975=16; 1985=37; 1995=29; 2005=40): inteso come strumento di seduzione;

"Coccole" (1995=6; 2005=17);

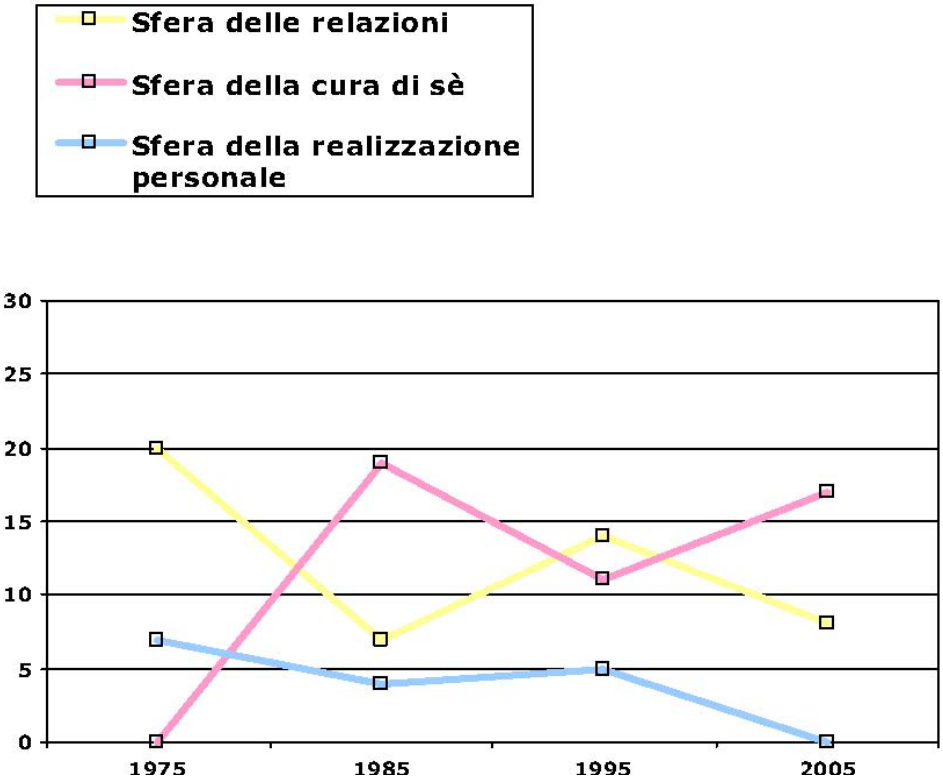
"Amiche" (1975=35; 1985=46; 1995=51, 2005=66): la dimensione amicale è preziosissima per ogni Cosmogirl. Le amiche sono persone cui è possibile confidare tutto, che sanno sostenerti e darti consigli utili nei momenti di difficoltà, ma anche persone con cui divertirsi e svagarsi. Soprattutto nel 2005 l'amica è concepita come una complice;

RISULTATI

L'analisi sul corpus di *Cosmopolitan* ha fornito elementi salienti in merito alla rappresentazione sociale della donna portata avanti dal mensile e soprattutto alla sua evoluzione nel tempo. La divisione delle parole del corpus in gruppi ha permesso di organizzare i contenuti della rivista in aree ben determinate dal punto di vista semantico. La prevalenza di un'area piuttosto che di un'altra ha evidenziato gli argomenti maggiormente esplorati dal mensile ed il variare di tali aree di interesse a seconda delle trasformazioni sociali e culturali in atto (vedi Grafico1). La stessa variazione temporale nell'uso del linguaggio ha consentito di notare quanto la presenza di alcune parole piuttosto che di altre fosse indicativa di evoluzioni di valori e costumi.

Grafico 1 - Andamento sfere d'interesse

Il grafico è stato costruito tenendo presente il numero di parole appartenenti ad ogni sfera riscontrare in ognuna delle annate prese in esame.



Con l'analisi del vocabolario sono state osservate le forme grafiche maggiormente significative che sono comparse con frequenza rilevante all'interno del corpus, al fine di comprendere quali termini e, di conseguenza, quali argomenti avessero un importanza invariata nel tempo per le lettrici di *Cosmopolitan*. L'analisi delle specificità ha reso possibile osservare un buon numero di parole che, in quanto sovrarappresentate, hanno caratterizzato fortemente il contenuto del corpus a seconda dell'anno preso in esame, mentre lo studio delle concordanze ha permesso di effettuare un focus dal punto di vista contestuale sui termini precedentemente selezionati mediante l'analisi delle specificità. Queste procedure hanno permesso di fornire un quadro ben definito in merito alla condizione ed agli interessi della Cosmogirl. La sfera delle relazioni ha prevalso sulle altre riguardo alle tematiche di maggiore interesse esplorate dal mensile. Dall'analisi del vocabolario, risulta che quest area mantiene un'importanza assoluta ed invariata nel tempo rispetto agli argomenti trattati da *Cosmopolitan*. Essa é dominante negli anni 1975 e 1995 per quanto riguarda l'analisi delle specificità, assumendo un ruolo di grande rilevanza anche

nelle restanti annate di *Cosmopolitan* e rimanendo il filo conduttore nella definizione della condizione femminile. Il fattore che, più degli altri, salta all'occhio è la prevalenza di termini legati alla sfera sessuale nell'anno 1975, percentuale che andrà scemando col tempo cedendo il passo ad altre aree di interesse.

La donna del 1975, dunque, ha bisogno di una guida per imparare a gestire e conoscere la propria sessualità ed il proprio corpo; sessualità che resta comunque ancorata, senza escludere una buona quantità di eccezioni, alla vita matrimoniale. Cominciano ad essere affrontati i temi della verginità, dell'aborto e della masturbazione, che rimandano ad una sessualità più libera.

Spesso al termine "marito" si affianca quello di "partner" e dagli approfondimenti sui metodi anticoncezionali si presume che la donna single si apra a nuove esperienze ed avventure. Il sesso può essere vissuto anche al di fuori della dimensione matrimoniale, poiché anche una donna single ha il diritto di godere. Proprio per questo *Cosmopolitan* insegna che ognuna deve trovare il pieno soddisfacimento nel sesso, e se ciò non arriva, bisogna cominciare a dare la colpa a partner poco attenti, capaci o sensibili piuttosto che a se stesse e al proprio corpo.

Per la donna resta però importante sposarsi ("matrimonio", "marito") ed avere dei figli. A guidarci nell'analisi della rappresentazione sociale della donna *Cosmopolitan* sono soprattutto i termini "maternità" e "matrimonio", che assumono un ruolo sempre decrescente, fino a scomparire nel 2005. La divisione netta dei ruoli femminile e maschile, ancora presente e forte nella società nel 1975, prevede per la donna, la soddisfazione di ogni sua aspirazione, sogno e bisogno con la realizzazione di un buon matrimonio.

L'azione emancipatrice di *Cosmopolitan* tende al superamento dei limiti che impediscono alle donne di vivere la femminilità con libertà e serenità. In primo luogo si tende a slegare la donna dalla dimensione puramente domestica e dai ruoli ormai troppo stretti di moglie e madre: la femminilità non deve essere, dunque, più condizionata dal matrimonio e dalla maternità. La Donna *Cosmopolitan* nel 1975 deve imparare a gestire la propria vita ed i propri rapporti d'amore con razionalità e maturità, cercando nell'indipendenza la vera chiave del successo su tutti i fronti.

Proseguendo il percorso temporale, troviamo che nel 1985 quello delle relazioni non è il tema di maggiore interesse, ma riveste un ruolo di eguale importanza. Accanto ad un carattere familiare sempre forte e soprattutto sempre caratterizzato dalla tradizione e dal matrimonio ("chiesa", "sposa") la dimensione della donna single e libera continua ad arricchirsi. In realtà questa donna nuova ed emancipata, sostenuta da *Cosmopolitan*, viene spesso etichettata come libertina e riconosciuta come molto diversa dall'ideale di donna sacrificata, che soffre in silenzio e vive per gli altri. L'uomo, in questo caso, si sente disorientato e minacciato nella sessualità da questo tipo di donna. La dimensione familiare diventa, per colei che tenta la scalata al successo, molto difficile da gestire e conciliare con il lavoro. Da ciò si evince che l'emancipazione ha reso l'universo femminile cosciente delle proprie potenzialità anche se la donna italiana viene sempre riconosciuta più come madre che come seduttrice.

Nel 1995 la donna sembra più padrona del suo corpo e consapevole della sua sessualità. Questo si può dedurre dalla frequenza del termine "preservativo", che comunica una voglia di informazione e controllo per quanto riguarda "il libero amore". La single riesce dunque a godere della sua condizione concedendosi avventure, ma non rinuncia a trovare l'anima gemella ("innamorarsi", "cuore", "anima") e a costruire una famiglia ("mamma", "bimbo", "parenti").

L'attenzione spesso si focalizza sulle pecche dell'emancipazione femminile riconoscendo che la donna si vergogna ancora della sua sessualità e soprattutto di chiedere ad un uomo di essere più attento nel soddisfarla: sotto questo punto di vista, emancipazione ed indipendenza raggiunte, non tengono l'uomo al passo con la donna. Ad essere osservata è, inoltre, la crescente mascolinizzazione della donna non solo nel privato ma anche sul lavoro. La dimensione ottimale, consigliata dalla rivista, riguarda la ricerca di un equilibrio tra realizzazione personale ed amorosa. Ad essere inseguito è anche l'equilibrio tra la condizione della donna single e della fidanzata/sposata, equilibrio che viene completamente capovolto nel 2005.

La Donna *Cosmopolitan*, ormai, non è interessata alla maternità e necessariamente al matrimonio, ma punta al divertimento, alle avventure e a conquistare con il suo stile il boy del momento. Il sesso non è più un tabù, poiché la donna si sente libera di avere rapporti sessuali anche se è single. La verginità non costituisce più un problema e si parla poco di aborto visto il grado di informazione sugli anticoncezionali raggiunto. Le dimensioni relazionali più trattate risultano essere quelle amorose ma soprattutto quelle amicali. A prevalere in questo 2005 sono, dunque, l'immagine e la cura che la donna ha di sé. Questo aspetto non è rilevante nel 1975 ma lo diventa con una trasformazione radicale nel 1985: il divertimento, la bellezza, la salute ed il benessere cominciano ad assumere un ruolo determinante.

La sfera della cura di sé è il terzo gruppo in ordine di importanza nell'analisi del vocabolario e risulta dominante negli anni 1985 e 2005 per quanto riguarda l'analisi delle specificità. La donna si dedica sempre di più alla cura del corpo ed iniziano ad introdursi i primi dibattiti sulla chirurgia estetica. Se non si riesce ad essere belle si può ricorrere all'aiuto del bisturi; una tendenza allo stadio embrionale che raggiungerà il pieno sviluppo negli ultimi anni. La donna Cosmo dedica molto tempo anche allo svago, al divertimento e agli hobby. La conquista di uno spazio e di interessi propri, estranei alle responsabilità e alla famiglia, rappresenta un segnale della trasformazione dei costumi. Ancora nel 1995 si parla di cura dell'aspetto e del corpo non solo dal punto di vista estetico ma anche propriamente medico (epidermide, protesi, paziente, cistite). Questa tendenza dimostra che, col tempo, la donna impara ad interessarsi non solo della propria bellezza e del proprio benessere ma anche della propria salute.

Il 2005 è dunque l'anno della svolta. La donna conosce tutti i segreti e le tecniche per apparire più bella, ha padronanza della cosmesi e dei prodotti da usare per migliorarsi, è dedita al fitness e frequenta le palestre ma soprattutto è amante dello shopping, conoscitrice delle tendenze, dello stile giusto e sa come divertirsi. Nel 2005 le parole *stile, top, fitness, autostima, look, decolleté, cult, shopping, trend, party*, mood dimostrano quanto la bellezza ed il benessere del corpo abbiano conquistato il podio tra gli interessi delle cosmogirl. La donna del 2005, conquistata la sua indipendenza economica, ha la possibilità di dedicarsi agli acquisti e segue in modo attento la moda e le ultime tendenze. Un aspetto significativo sta nei continui suggerimenti di *Cosmopolitan* a copiare il look delle dive del momento piuttosto che a crearne uno personale. In un periodo in cui l'immagine è diventata importantissima, adottare lo stile di un personaggio famoso significa, per le lettrici, dotarsi di quello stesso charme. Un uso elevato di forestierismi fa riflettere sulla trasformazione del linguaggio di *Cosmopolitan*: moltissimi di questi termini risultano essere adoperati soltanto nell'anno 2005 perché, precedentemente, si optava per

sinonimi appartenenti però alla lingua italiana.

Altra importante evoluzione si riscontra per quanto riguarda la sfera della realizzazione personale. Essa non risulta mai dominante rispetto alle due aree precedenti, ma riesce comunque a conquistare un ottimo risultato nell'analisi del lessico. La donna del 1975 è interessata a svincolarsi da una dimensione puramente domestica per conquistare l'indipendenza dal marito e della famiglia. Secondo *Cosmopolitan*, la libertà della donna è legata all'indipendenza materiale; per raggiungere l'emancipazione non bisogna ancorare la propria vita alle relazioni amorose. L'attenzione risulta focalizzata, maggiormente, sull'istruzione soprattutto superiore ed universitaria.

La donna del 1985 è pronta per gettarsi nel duro mondo del lavoro armata di determinazione ed ambizione. Il suo scopo è quello di raggiungere i più alti traguardi nella dimensione professionale (manager). Molte sono però le denunce di discriminazioni di genere subite dalle lettrici sul posto di lavoro: alla donna, per avere successo, serve giocare la carta della bellezza mentre l'uomo fa carriera soltanto grazie alle sue capacità.

Dopo aver ottenuto una buona istruzione ed un buon lavoro la donna del 1995 cerca dal suo *magazine* un approfondimento di tipo culturale. Saranno trattati temi come la politica e il potere, e largo spazio verrà dato all'espressione delle opinioni personali.

Nel 2005, questa componente sembra invece essere totalmente abbandonata a favore di temi molto più frivoli e leggeri quali stile, gossip ecc. Si torna in un edonismo non più trasgressivo, e indifferente alle tensioni profonde dei contesti sociali.

Una conclusione?

In che modo dunque *Cosmopolitan* ha creato una propria rappresentazione sociale di femminilità? Una rappresentazione sociale fornisce un sistema di valori che ha lo scopo di dare agli individui la possibilità di orientarsi nel proprio ambiente sociale e materiale al fine di dominarlo e risponde alla necessità di assicurare la comunicazione tra i membri di una comunità offrendo ad essi un codice per denominare e classificare in maniera univoca le componenti del loro mondo, della loro storia individuale e collettiva. Questo lavoro di ricerca ha evidenziato che, nel caso di *Cosmopolitan*:

a) in primo luogo, l'universo valoriale, sul quale si basa la rappresentazione sociale di femminilità indagata, è costituito da quella lunghissima serie di regole di vita e di stile che la Donna Cosmo non può non conoscere ed in base alle quali impara ad orientarsi e giudicare l'universo circostante. Regole che, sotto forma di consigli e suggerimenti, arricchiscono e caratterizzano le pagine di *Cosmopolitan*;

b) in secondo luogo esiste una vera e propria comunità di lettrici che condivide esperienze, stili ma soprattutto la dedizione per la rivista. Esse interpretano gli eventi e le esperienze partendo dal proprio codice condiviso (universo valoriale) appreso dalla pagine di *Cosmopolitan*. Il senso di condivisione viene continuamente enfatizzato quasi come se gli interessi, le curiosità ed i dubbi della Cosmogirl ideale fossero, in realtà, accettati dall'intero gruppo.