**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Михайловой Марии Павловны**

**«КАРТИНА МИРА В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ»**

**Н. рук. – Леонтьева Галина Александровна**

**Кафедра периодической печати**

**Очно-заочная форма обучения**

Глянцевая журналистика, посвященная прямо или косвенно вопросам потребления, в наше время активно развивается, все больше захватывая новую аудиторию. Журналистика обладает способностью создавать медиа-реальность посредством различных потоков информации, производимых и распространяемых средствами массовой информации, которые каждый день оказывают непосредственное влияние на каждого человека – так создается журналистская картина мира. Данная работа посвящена анализу картины мира, которую представляют нам журналы, и сравнению с существующей социальной картиной мира**. Актуальность** выбранной темы обосновывается тем, что глянцевые издания все больше завоевывают аудиторию, формируя ее мировоззрение и ценностные ориентиры. **Научная новизна** работы заключается в том, что картина мира глянцевых журналов с исследовательской точки зрения мало изучена, хотя глянцевые журналы в наше время оказывают очень большое влияние на формирование и развитие современного общества.

**Целью** данной работы является выявление соответствий и несоответствий наложения картины мира глянцевых изданий на реальную картину мира. Нами была предпринята попытка решить ряд **задач**, важнейшими из которых являются: определить методы и приемы, используемые в журналах для создания собственной картины мира; сравнить медиа-мир глянцевых изданий с существующим реальным миром, выявить влияние СМИ на мировоззрение читательской аудитории. **Объект исследования** данной работы: глянцевые журналы. **Предмет исследования**: приемы изображения в глянцевых журналах для создания картины мира.

**Теоретико-методической базой** нашего исследования стали труды, посвященные изучению глянцевых журналов (Шостак М.И., Дедковой Т.Ф. Шкондина М.В., Реснянской Л.Л.) и непосредственно журналов для женщин (Смеюха В.В. Свитич Л.Г., Гудова М.Ю.). При изучении картины социальной реальности мы опирались на работы по изучению понятия качества жизни (Зараковский Г.М., Савченко Т.Н., Головина Г.М.). Социальная реальность изучается в работах Саяпиной И.Ю. Рассматривается соц. реальность через исследования и социальные опросы ВЦИОМ, Росстата, Фонда Общественного Мнения. Изучение журналистской картины мира как типа социокультурной реальности представлена через работы Мансуровой В.Д.

**Структура** работы продиктована особенностью выбранной темы. В первой части мы дадим определение и классификацию глянцевых журналов, а также рассмотрим методы отражения реальности в СМИ. Во второй части мы исследуем реальную картину мира и сосредоточим внимание на способах репрезентации журналисткой картины мира и ее соответствие социальным реалиям.

В ходе работы мы выявили несоответствие картины мира глянцевых журналов и реального мира. С одной стороны, журналы умышленно искажают картину мира, а с другой – дают аудитории возможность мечтать и показывают новые грани существующего мира.