**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Чесноковой Ольги Ильиничны**

**«ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ГЛЯНЦЕВЫХ ИЗДАНЙ О МОДЕ (НА ПРИМЕРЕ “HARPER'S BAZAAR” РОССИЯ)»**

**Н. рук. – Георгиева Елена Савова, канд. полит. наук**

**Кафедра международной журналистики**

**Очная форма обучения**

Выпускная квалификационная работа посвящена комплексному анализу специализированного глянцевого издания о моде в контексте современных социо-культурных реалий. **Актуальность** исследования связана, в первую очередь, с необходимостью рассмотреть формирование «глянца» как типа периодического издания в условиях сегментации прессы, а также коррелирует с дальнейшим дроблением сегмента глянцевой периодики, что привело к трансформации типологических и структурных характеристик глянцевого издания и к возникновению множества его подвидов, адресованных к разным группам общества. **Новизна** работы заключается в комплексном подходе к изучению формообразующих компонентов «глянца» – от содержания к оформлению, от текстовой составляющей к визуальной.

**Цель** работы – проанализировать особенности формирования специализированного глянцевого издания о моде на примере журнала “Harper’s BAZAAR” Россия.

Поставленная цель определяет круг необходимых к выполнению **задач**:

- определить понятия «досуговая журналистика», «массовая культура», «глянцевый журнал», «мода», «бренд-бук»;

- представить типологию глянцевых изданий;

- проанализировать функциональные характеристики глянцевых изданий о моде;

- изучить развитие глянцевого издания на примере “Harper’s BAZAAR” в России и за рубежом;

- выявить стилистические, лингвистические и экстралингвистические особенности текстов специализированного глянцевого издания о моде на примере “Harper’s BAZAAR” Россия;

- проанализировать композиционно-графическую модель глянцевого издания о моде на примере “Harper’s BAZAAR” Россия;

- исследовать функционирование глянцевого издания в условиях сетевых СМИ.

**Объектом** исследования было выбрано специализированное глянцевое издание о моде на примере журнала “Harper’s BAZAAR” Россия.

**Предметом** стали структурные, тематические, текстовые и графические особенности журнала “Harper’s BAZAAR” Россия.

**Теоретико-методическую базу** составили работы отечественных и зарубежных исследователей в области журналистики, в том числе О. В. Ромах, А. Cлепцовой, Н. С. Цветовой, Р. Барта, У. Эко и др. При анализе графической модели издания автор обратился к бренд-буку журнала, корпоративному своду положений и предписаний для сотрудников. В качестве основных методов были использованы анализ, сравнение, индукция, контент-анализ.

**Эмпирическую базу** составили выпуски журнала “Harper’s BAZAAR” Россия с января 2013 года по март 2015.

**Структура** **работы** обусловлена логикой поставленных задач и состоит из введения, трех глав, семи параграфов, списка используемой литературы и приложения.