**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Теляшевой Диляры Эльшадовны**

**«ЖУРНАЛ О МОДЕ HARPER’S BAZAAR: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ»**

**Н. рук. – Бекуров Руслан Викторович, канд. полит. наук, доцент**

**Кафедра международной журналистики**

**Очная форма обучения**

**Актуальность исследования** обусловлена тем, что рынок изданий «стиля жизни» и, в частности, пресса о моде является, пожалуй, наиболее популярным и динамично развивающимся сегментом традиционных СМИ. Модные журналы используют новейшие технологии (социальные сети и мобильные приложения) и модернизируют свой контент для того, чтобы сохранить аудиторию и привлечь новых поклонников.

Кроме того, актуальность выражена и интересом к анализу формирования и развития издания о моде как типа lifestyle-журнала в условиях стремительной интеграции массовой культуры в социально-общественные процессы, и с учетом того, какую роль играет мода в повседневной жизни человека. Именно поэтому возникает необходимость в изучении особенностей медиа-модели культового издания Harper’s Bazaar.

**Цель исследования** – анализ этапов развития и современного состояния журнала Harper’s Bazaar в зарубежном и российском медиа-пространстве.

**Задачи исследования**:

* рассмотреть особенности журнальной периодики формата lifestyle;
* дать ретроспективный обзор трансформации бренда Harper’s Bazaar;
* отразить актуальное состояние научного дискурса по проблематике исследования;
* провести анализ содержательных и визуальных компонентов российской версии Harper’s Bazaar.

**Объектом данного исследования** выступает Harper’s Bazaar – журнал о моде и стиле.

**Предметом исследования** является эволюция бренда Harper’s Bazaar на рынке журналов "стиля жизни".

**Теоретико-методическую базу** составили работы отечественных и зарубежных исследователей, в том числе, О. Ромах, А. Cлепцовой, Н. Цветовой, к которым автор обращается в вопросах терминологии, типологизации и функционирования сегмента специализированных глянцевых изданий. Изучение факторов, влияющих на сегментацию глянцевой периодики, строится на трудах зарубежных исследователей (K. Якубович, M. Шукожд). В процессе исследования такого явления как мода и определении её места в современных социокультурных реалиях автор опирался на работы А. Гофмана. При анализе визуальной составляющей как структурного элемента издания автор ссылается на монографии таких отечественных и зарубежных исследователей, как С. Гуревич и Н. Симбирцева. Для изучения стилистических особенностей изданий автор опирался на работы Л. Дускаевой и В. Костомарова.

**Методы исследования.** Автор основывается на комплексном подходе, обращаясь к историческому методу с целью проследить эволюцию журнала в перспективе и ретроспективе, методу контент-анализа для изучения как количественных, так и качественных данных о журнале Harper’s Bazaar.

**Эмпирическую базу исследования** составили выпуски российской версии журнала Harper’s Bazaar. Всего проанализировано 30 номеров издания.

**Хронологические рамки** исследования охватывают современный этап развития бренда. В частности, анализировались номера журнала за 2014-2016 годы. Вместе с тем, рассматривая этапы развития Harper’s Bazaar, автор обращается к более ранним периодам (1960-1990 годы).

**Структура работы**: данное исследование состоит из введения, содержания, двух глав (по два параграфа в каждой), заключения, списка использованной литературы и приложений.

В первой главе рассматриваются этапы развития Harper’s Bazaar, а также особенности функционирования издания в различные периоды своего существования. Во второй главе производится анализ современного состояния журнального бренда.