

Аннотация магистерской диссертации

Бирюковой Анны Игоревны

«АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ДИЗАЙНА ЖУРНАЛОВ МОД США И
ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ»

«CURRENT TRENDS IN DESIGN OF FASHION MAGAZINES FROM US
AND WESTERN EUROPE»

Н. рук. - БОДРУНОВА СВЕТЛАНА СЕРГЕЕВНА, д. полит. наук

Направление подготовки – Журналистика

Профиль – медиадизайн

Ключевые слова: журналистика моды, дизайн журналов мод, коммуникативный дизайн, массовая культура

Keywords: fashion journalism, fashion magazines design, communicative design, mass culture

Актуальность данного исследования определяется зависимостью дизайна журналов мод от ключевых культурных ценностей различных категорий современных потребителей модных стандартов.

Состояние модной индустрии, ведущие тенденции в моде той или иной эпохи отражают культурную, социальную и политическую ситуацию в обществе. Современные журналы мод, являющиеся посредниками между инсайдерами модной индустрии и обществом, содержат развернутый срез наиболее значимых и растиражированных ценностей эпохи. Дизайн журналов мод является одним из основных инструментов трансляции этих ценностей. Таким образом, исследование fashion-журналов с точки зрения визуальных характеристик является способом выявления основных маркеров современного массового культурного сознания.

Научная новизна данного исследования заключается в аксиологическом подходе к исследованию дизайна печатных периодических изданий о моде. В работе производится классификация исследуемых изданий по аудиторному критерию. Визуальная концепция fashion-журналов представлена как инструмент трансляции основных ценностных запросов различных категорий потребителей моды.

Целью магистерской диссертации является выявление зависимости ключевых тенденций в дизайне журналов мод от социокультурных характеристик современного общества. Достижение поставленной цели предполагает решение ряда **задач**:

1. рассмотреть фундаментальные концепции социологии и психологии моды;
2. проанализировать структуралистский подход к исследованию модного процесса, в частности, подробно рассмотреть исследования, направленные на выявление классификации участников модного процесса;
3. выявить основные типы потребителей моды и их ключевые ценности;
4. проанализировать исследования ценностного аспекта дизайна и выявить совокупность структурных элементов визуального оформления журналов
5. установить взаимосвязь развития модной индустрии, журналистики моды стран Западной Европы и США и социокультурных трансформаций в обществе;
6. проанализировать тематический контент fashion-журналов стран США и Западной Европы и выявить основные типы аудитории этих изданий;
7. проанализировать характеристики визуального оформления fashion-журналов и сопоставить их с ценностными запросами аудитории изданий

Объектом исследования стал дизайн современных журналов мод США и стран Западной Европы, **предметом** является композиционно-графическая модель печатных fashion-изданий США и Западной Европы в контексте аудиторной и тематической классификации.

Теоретической базой магистерской послужили работы исследователей в области социологии, психологии, истории моды и костюма, теоретиков дизайна и культурологов.

В первой главе работы использованы фундаментальные исследования феномена моды Р. Барта, Ж. Бодрийера, Ж. Липовецкого, А. Б. Гофмана, и др.; работы современных теоретиков моды О. Ю. Гуровой, Л. И. Ятиной, М. И. Килошенко и др.; труды историков моды и журналистики: О. А. Хорошиловой, О. В. Свириденко, К. В. Маркелова, М. Закерман, Н. Уолкер, Д. Бартлета и др.; работы теоретиков графического и журнального дизайна Е. И. Одинцовой, О. И. Рожновой, А. Херлберта, Р. Арнхейма, Д. О. Артамоновой, К. Фроста, Т. Фрая, Г. Н. Лолы и др., а также работами современных культурологов М. Эпштейна, В. В. Чижикова, Д. Хиза, и пр.

Для обоснования методологии во второй главе исследования использованы труды А. В. Семеновой, Г. Г. Почепцова, И. Д. Манделя, И. В. Дмитриева.

Эмпирическую базу исследования составили 20 периодических журнальных издания, посвященных fashion-индустрии. Географический охват эмпирической базы – США и страны Западной Европы. Были отобраны ключевые современные издания различных аудиторных и ценовых сегментов, с вариативным контентом и особенностями оформления.

При работе над диссертацией были использованы общенаучные **методы**, в частности: синтез и анализ теоретических данных, метод аналогии, визуальный контент-анализ композиционно-графической модели изданий, сравнительный анализ, а также кластерный анализ.

Структура работы включает введение, две главы, заключение, список литературы и приложения. В первой главе восстанавливается научный дискурс исследований в области моды, модной журналистики и дизайна, а также рассматривается история развития модной индустрии и fashion-изданий США и Западной Европы в контексте исторических социокультурных трансформаций.

Во второй главе исследования мы производим тематический контент-анализ журналов мод США, Германии, Великобритании и Франции, сопоставительный контент-анализ качественных характеристик дизайна изданий эмпирической базы данных. Также производим кластеризацию изданий со сходными характеристиками методом шкалированных переменных и интерпретируем полученные данные.

Основные выводы, сделанные по результатам исследования:

Современные журналы мод США и Западной Европы можно разделить на 2 группы, в зависимости от аудиторной направленности: «альтернативные» и официальные издания.

Официальные издания пропагандируют элитарный образ жизни и направлены на две категории потребителей: массовый средний класс и носителей элитарных ценностей. Дизайн таких изданий отражает их аудиторную направленность: журналы для высших кругов общества отличаются характеристиками оформления качественной прессы. Для журналов, рассчитанных на массовую аудиторию, характерен «таблоидный» дизайн.

«Альтернативные» издания отличаются дизайном, который разрушает классические представления о журнальном оформлении. Это обусловлено ключевыми характеристиками аудитории данных изданий: прогрессивностью и тягой к экспериментам.