

ЖУРНАЛИСТИКА МОДЫ И СТИЛЯ ЖИЗНИ: ЦЕННОСТНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ И ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРАКТИКИ

В одной из научных статей Мишель Фуко назвал моду простым следованием течению времени. Но наблюдения за современной журналистикой моды и стиля жизни со всей очевидностью опровергают определение «простое» в этой реплике легендарного французского философа.

До недавнего времени феномен моды изучался, главным образом, в рамках культурологии, социологии, психологии, искусствоведения. При этом журналистика моды – fashion-журналистика – почти не рассматривалась учеными как плодотворный материал для осмысления процессов, происходящих в социокультурном пространстве. Однако сегодня тексты массовой коммуникации о моде и ее влиянии на стиль жизни – это не только способ продвижения товаров и услуг, предлагаемых интенсивно развивающейся индустрией моды и красоты, но и востребованное средство информации, просвещения, развлечения, оказывающее воздействие на поведенческие приоритеты наших современников. Поэтому так называемый глянец стал основой исследовательских сюжетов в теоретических работах по журналистике, а в издательском доме «Новое литературное обозрение» появился первый в России гуманитарный журнал о моде как феномене культуры – «Теория моды».

Занятия на спецсеминаре предполагают как наблюдение за публикациями в СМИ, телепрограммами и сайтами, связанными с этой, казалось бы, частной сферой жизни, так и освоение навыков создания текстов, способных соответствовать уникальным для подобной профессиональной специализации функциям.

В результате изучения материала спецсеминара обучающиеся должны:

- осмыслить сквозь призму категорий культурологии, психологии, этики и эстетики понятия «мода» и «стиль жизни»;
- овладеть базовой терминологией и жанровыми вариантами, необходимыми для создания текстов, связанных с этой тематикой;
- освоить выразительные ресурсы fashion-журналистики.