

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему:
«Западные женские глянцевого журналы в
медиапространстве России: трансформация
коммуникационных моделей»

Организация – заказчик: ФГБОУ ВО «ПГУ»

Автор: Асланова А.В..

Стр.70, библиограф. назв. 95.

Ключевые слова: типифицирующие признаки издания, глянцевого периодика, издания для женщин.

Актуальность темы исследования. Глобализация информационного пространства сопровождается формированием определенной психологической и социальной зависимости от массовой информации, формирует определённые привычки потребления информационного контента, провоцирует развитие клипового мышления и привычки «подражания» медиаобразам, которые, попадая в российское культурное пространство через заимствованные по лицензии глянцевые журналы и адаптируясь к российской действительности, становятся трансляторами ценностей и правил поведения. Нельзя отрицать факт довольно сильного воздействия глянцевого периодики на сознание и поведение целевой аудитории, особенно женской, поскольку женщины в большей степени подвержены психологическому влиянию. Повышенный интерес к гендерным проявлениям в социальной коммуникации не случаен: гендер является одной из характеристик, наиболее полно раскрывающих сущность индивида в социуме, а гендерная самоидентификация личности является важным аспектом ее формирования. Западная практика гендерной репрезентации оперирует устоявшимися медиаобразами женской самоактуализации, относительно недавно ставшей понятной для российского общества, но уже прочно вошедшей в повседневную практику.

С другой стороны, необходимо отметить, что в обществе сохраняется потребность в поиске баланса между заимствованной западной моделью жизни и национальной самобытностью. В результате все плюсы и минусы процесса глобализации существенно повлияли на формирование концепций, коммуникационных стратегий западной модели женского издания, которые вынуждены учитывать исторические, национальные и социальные особенности российской женской читательской аудитории, следовать достижениям зарубежных изданий и при этом эффективно адаптировать их в соответствии с российскими реалиями.

Цель работы – систематизация и описание аспектов модификации западного глянцевого издания-франчайзера, ориентированного на российского читателя.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих **задач**:

1. проанализировать процесс становления и формулирования модели глянцевого издания для женщин в диахронной и синхронной проекции;
2. систематизировать ключевые типологические параметры женского глянцевого журнала;
3. рассмотреть своеобразие тематической и визуальной организации контента в практике глянцевого журнала-франчайзера;
4. конкретизировать основные аспекты модификации российской модели глянцевого издания о моде в проекции современных социокультурных реалий.

Результаты исследования. Современный глянцевый журнал претерпевает всевозможные трансформации и, безусловно, становится новым типом медиа для определенной целевой аудитории. Он не только заполняет досуг своего читателя, но и формирует программу поведения, систему ценностей, стереотипы, значимые в обществе в определенный период времени. При этом, с одной стороны, он отражает те процессы, которые происходят в социуме, а с другой – сам создает моду на определенные типы событий.

