

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра социальной информатики

**ЦИФРОВЫЕ ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА  
МОДНЫХ ОБРАЗОВ**

(автореферат бакалаврской работы)

студентки 4 курса 451 группы  
направления 09.03.03 - Прикладная информатика  
профиль Прикладная информатика в социологии  
Социологического факультета  
Гусевой Софии Сергеевны

Научный руководитель  
профессор, доктор социологических наук,  
профессор

\_\_\_\_\_ О.А. Романовская  
подпись, дата

Зав. кафедрой  
кандидат социологических наук, доцент

\_\_\_\_\_ И.Г. Малинский  
подпись, дата

Саратов 2026

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования** обусловлена стремительным развитием цифровых технологий и активным внедрением искусственного интеллекта в различные сферы общественной жизни, включая индустрию моды и анализ визуального контента. В условиях цифровизации общества мода становится не только эстетическим и культурным феноменом, но и сложной системой визуальной коммуникации, формируемой под влиянием социальных сетей, медиаплатформ и алгоритмических технологий.

Современная цифровая среда характеризуется постоянным ростом объёмов визуальных данных. Социальные сети Instagram, TikTok и Pinterest выступают основными каналами распространения модных трендов и формирования пользовательских представлений о стиле<sup>1</sup>. Значительная часть коммуникации в цифровой культуре осуществляется посредством изображений, что делает визуальные данные важным источником социологической информации. В этих условиях традиционные методы анализа, основанные на ручной обработке изображений и экспертной интерпретации, оказываются недостаточно эффективными при работе с большими массивами данных.

Особую актуальность приобретает применение технологий искусственного интеллекта, в частности методов компьютерного зрения, машинного обучения и мультимодальных моделей, позволяющих автоматизировать процессы анализа изображений, классифицировать визуальные объекты и выявлять закономерности в распространении модных образов. Несмотря на активное развитие технологий ИИ, вопросы их использования в рамках социологического анализа моды остаются недостаточно разработанными.

**Объект исследования** – процесс анализа модных образов в цифровой среде.

---

<sup>1</sup> Statista. Social Media and Fashion Industry Report [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/topics/1882/social-media-and-fashion/>

**Предмет исследования** – возможности применения искусственного интеллекта для анализа визуальных модных образов.

**Цель исследования** – выявление потенциала искусственного интеллекта как инструмента анализа модных образов и сравнение его с традиционными методами.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- ~ рассмотреть теоретические основы искусственного интеллекта и его ключевые технологии;
- ~ изучить моду как социальный феномен и объект социологического анализа;
- ~ проанализировать основные направления применения ИИ в индустрии моды;
- ~ провести анализ модных образов с использованием классического подхода;
- ~ осуществить анализ тех же образов с применением инструментов искусственного интеллекта;
- ~ выполнить сравнительный анализ полученных результатов.

**Эмпирическую базу исследования** составили визуальные данные, представленные цифровыми изображениями модных образов, размещёнными в открытых источниках сети Интернет (Pinterest, официальные сайты модных брендов и онлайн-издания о моде). Отбор материалов осуществлялся в 2026 году методом целенаправленной выборки на основе принципов доступности и типичных случаев. Общий объём выборки составил 50 изображений, отражающих наиболее распространённые стилистические направления современной моды. Единицами наблюдения выступают отдельные модные образы, представленные в виде цифровых изображений. Анализ проводился с использованием классических методов визуальной социологии и мультимодальной языковой модели ChatGPT в целях сравнения результатов традиционного и инновационного подходов к исследованию визуальных данных.

**Структура** выпускной квалификационной работы включает введение, две главы по три и четыре параграфа соответственно, заключение и список использованных источников.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Первая глава «Анализ визуальных данных в сфере моды»** посвящена рассмотрению теоретических основ исследования. В ней анализируется мода как социальный феномен, раскрываются особенности искусственного интеллекта и рассматриваются существующие направления его применения в индустрии моды.

В первом параграфе внимание уделяется социологическому пониманию моды. В работе показано, что мода представляет собой не просто совокупность тенденций в одежде, а сложный механизм социальной коммуникации. Через внешний вид люди демонстрируют свою принадлежность к определённым группам, выражают ценности, образ жизни и представления о себе.

При рассмотрении данного вопроса были проанализированы работы Георга Зиммеля, Пьера Бурдьё, Герберта Блумера, Никласа Лумана и других исследователей. Их подходы позволяют рассматривать моду как средство социальной дифференциации, символической коммуникации и формирования идентичности. Особое значение для исследования имели идеи о том, что мода одновременно способствует стремлению человека к индивидуальности и его желанию соответствовать ожиданиям социальной группы. Благодаря этому модные практики становятся важным объектом социологического анализа, позволяющим изучать процессы социального взаимодействия и культурных изменений.

В работе также уделяется внимание тому, как мода связана с потреблением. Было показано, что выбор одежды и формирование визуального образа часто выступают способом демонстрации социального статуса, уровня культурного капитала и принадлежности к определённому стилю жизни. В современных обществах визуальные характеристики внешнего вида приобретают всё большее значение, поскольку именно через них человек

нередко формирует первое впечатление о себе в офлайн- и онлайн-пространстве. Особое внимание уделено изменениям, которые произошли под влиянием цифровой среды. Сегодня распространение модных образов всё чаще происходит через социальные сети и цифровые платформы. Пользователи не только потребляют контент, но и сами становятся его создателями. Из-за этого скорость распространения трендов значительно возрастает, а визуальные данные превращаются в важный источник информации для исследователей. Отдельно рассматривается роль таких платформ, как Instagram, Pinterest, TikTok и других социальных сетей, оказывающих существенное влияние на формирование современных модных тенденций. Благодаря алгоритмам рекомендаций отдельные визуальные образы могут за короткое время получить широкое распространение и стать частью массовой культуры. Это приводит к появлению новых форм взаимодействия между брендами, инфлюенсерами и аудиторией, а также создаёт дополнительные возможности для изучения моды с использованием цифровых методов исследования.

Во втором параграфе рассматривается искусственный интеллект и основные технологии, которые используются в современных интеллектуальных системах. Анализируются понятия машинного обучения, глубокого обучения, компьютерного зрения и обработки естественного языка.

Особое внимание уделяется развитию технологий компьютерного зрения, поскольку именно они лежат в основе автоматизированного анализа изображений. Рассматриваются принципы работы нейронных сетей, используемых для распознавания объектов, классификации изображений и выявления визуальных закономерностей. Показано, что современные алгоритмы способны достигать высокой точности при обработке визуальной информации и успешно применяются в различных сферах деятельности. Отдельно рассматриваются мультимодальные модели, способные работать одновременно с текстом и изображениями. Именно такие системы открывают новые возможности для анализа визуального контента, поскольку позволяют не только распознавать объекты на изображении, но и формировать их текстовое описание.

В работе отмечается, что развитие мультимодальных моделей стало одним из наиболее значимых направлений в области искусственного интеллекта последних лет. Возможность объединять различные типы данных позволяет получать более комплексные результаты анализа и расширяет спектр исследовательских задач, которые могут решаться с помощью подобных технологий.

В ходе анализа было установлено, что современные технологии искусственного интеллекта успешно решают задачи классификации изображений, распознавания визуальных признаков и автоматизированной обработки больших массивов данных. При этом сохраняются ограничения, связанные с интерпретацией социальных и культурных смыслов, которые далеко не всегда могут быть сведены к набору формальных признаков. Также были рассмотрены основные дискуссии, связанные с использованием искусственного интеллекта в гуманитарных и социальных исследованиях. Среди наиболее обсуждаемых вопросов выделяются проблема алгоритмической предвзятости, зависимость результатов от обучающих данных и сложность объяснения логики принятия решений современными нейросетевыми моделями. Эти аспекты имеют особое значение при анализе социальных явлений, поскольку могут влиять на качество интерпретации полученных результатов.

Третий параграф посвящён использованию искусственного интеллекта в индустрии моды. Рассмотрены основные направления его применения: системы распознавания одежды, рекомендательные алгоритмы, прогнозирование трендов и генеративные технологии.

Анализ существующих исследований показал, что сегодня ИИ активно используется для решения прикладных задач в сфере моды. С его помощью компании анализируют предпочтения пользователей, формируют персонализированные рекомендации и прогнозируют изменения потребительского спроса. Кроме этого, были рассмотрены примеры использования искусственного интеллекта крупнейшими мировыми брендами и цифровыми платформами. Многие компании применяют алгоритмы для анализа

поведения покупателей, оптимизации ассортимента и повышения эффективности маркетинговых стратегий. Использование подобных технологий позволяет быстрее реагировать на изменения рынка и учитывать запросы различных категорий потребителей. Отдельное внимание уделено генеративным технологиям, которые способны создавать новые изображения, эскизы одежды и дизайнерские концепции. Несмотря на то что подобные инструменты пока не могут полностью заменить работу специалистов, они всё чаще используются как вспомогательное средство при разработке новых коллекций и визуальных решений.

Также было выявлено, что возможности искусственного интеллекта как инструмента социологического анализа визуальных данных изучены недостаточно подробно. Большинство исследований сосредоточено на технических аспектах работы алгоритмов, тогда как вопросы интерпретации социальных смыслов остаются менее разработанными.

В целом материалы первой главы позволяют сделать вывод о том, что развитие цифровых технологий создаёт новые возможности для анализа модных образов. Искусственный интеллект способен существенно облегчить обработку визуальной информации, однако вопрос о качестве интерпретации результатов требует дополнительного изучения. Проведённый теоретический анализ также показал необходимость эмпирической проверки того, насколько результаты автоматизированного анализа сопоставимы с выводами, полученными при использовании традиционных методов визуальной социологии.

**Вторая глава «Эмпирическое исследование: сравнительный анализ результатов применения классических и инновационных методов анализа визуальных данных»** посвящена практической части исследования.

В первом параграфе были разработаны методологические основания сравнительного исследования. Поскольку основной задачей являлось сопоставление результатов двух различных подходов к анализу изображений, возникла необходимость создать единую схему исследования.

Для этого была предложена трёхуровневая модель анализа модных образов. Первый уровень предполагал фиксацию объективных характеристик изображения: элементов одежды, цветовой гаммы, аксессуаров, особенностей композиции и силуэта. На втором уровне проводилась интерпретация изображения с точки зрения его эмоционального воздействия, социальной роли и смыслового содержания. Третий уровень был связан с обобщением результатов и определением места образа в системе современных модных тенденций. Подобная структура позволила обеспечить сопоставимость данных, полученных с использованием разных методов анализа. Кроме того, она дала возможность оценить не только точность описания визуальных характеристик, но и качество интерпретации более сложных социальных и культурных аспектов изображения. В работе также были определены критерии сравнения результатов. К ним относились полнота описания образа, точность выделения визуальных элементов, способность выявлять символические значения и уровень детализации интерпретации. Использование данных критериев позволило сделать сравнительный анализ более системным и последовательным.

Во втором параграфе представлены результаты применения классических методов визуальной социологии. Для исследования были отобраны 50 изображений модных образов из открытых интернет-источников. В выборку вошли примеры, отражающие наиболее распространённые стилистические направления современной моды: повседневный, уличный, минималистичный и подиумный стили. При формировании выборки учитывалось разнообразие визуальных решений, цветовых сочетаний и способов презентации одежды. Это позволило получить более широкий спектр данных и избежать чрезмерной однородности исследуемого материала.

Анализ показал, что исследователь способен не только фиксировать визуальные характеристики изображения, но и выявлять более глубокие социальные значения. При интерпретации учитывались особенности предполагаемой аудитории, символическое содержание образов, транслируемые ценности и возможные социальные роли. Работа с изображениями позволила

проследить, каким образом визуальные элементы становятся носителями определённых социальных смыслов и используются для формирования идентичности. Было установлено, что даже отдельные детали образа могут выполнять важную коммуникативную функцию и влиять на восприятие человека окружающими. Также анализ показал, что многие современные модные образы отражают тенденцию к смешению различных стилей и культурных влияний. Это делает процесс интерпретации более сложным, но одновременно позволяет глубже понять особенности современной визуальной культуры.

В третьем параграфе представлены результаты анализа тех же изображений с использованием мультимодальной языковой модели ChatGPT.

Полученные результаты показали высокий уровень точности при описании объективных характеристик образов. Искусственный интеллект корректно определял элементы одежды, цветовые сочетания, аксессуары и стилистические особенности. Во многих случаях модель предоставляла достаточно подробные описания изображений и выделяла ключевые визуальные элементы, на которые в первую очередь обращает внимание наблюдатель. Это свидетельствует о высоком потенциале подобных технологий для автоматизированной обработки визуальных данных. В ряде случаев модель также предлагала интерпретации, связанные с эмоциональным восприятием образа или его предполагаемым назначением. Однако такие интерпретации чаще носили общий характер и основывались на наиболее распространённых представлениях о соответствующем стиле.

Наиболее заметные различия проявились при попытке анализа социальных и культурных значений. В отличие от исследователя, который может учитывать широкий социальный контекст, искусственный интеллект чаще ограничивался описанием внешних признаков и типовых характеристик.

Было отмечено, что качество интерпретации во многом зависит от формулировки запроса. Более подробные инструкции позволяют получать более развёрнутые ответы, однако даже в этом случае модель не всегда способна

учитывать специфические культурные особенности или скрытые символические значения образов.

В четвёртом параграфе был проведён сравнительный анализ результатов.

Сравнение показало, что на уровне объективных признаков оба подхода демонстрируют схожие результаты. Искусственный интеллект уверенно справляется с задачами распознавания и классификации визуальных элементов, что делает его эффективным инструментом для работы с большими объёмами данных. При переходе к интерпретации различия становятся более заметными. Классические методы визуальной социологии позволяют учитывать контекст, культурные коды и особенности социальной среды. Благодаря этому анализ оказывается более глубоким и детализированным. Автоматизированный подход обеспечивает высокую скорость обработки информации и воспроизводимость результатов, однако чаще приводит к упрощению интерпретаций. Это особенно заметно при анализе символических и культурных значений модных образов. Дополнительно было установлено, что использование искусственного интеллекта особенно эффективно на подготовительном этапе исследования, когда необходимо обработать большое количество изображений и выделить основные визуальные характеристики. Это позволяет существенно сократить объём рутинной работы и сосредоточить внимание исследователя на более сложных аналитических задачах.

Результаты исследования показали, что противопоставлять традиционные методы и технологии искусственного интеллекта нецелесообразно. Каждый из подходов решает собственный круг задач и обладает своими преимуществами. Наиболее перспективным представляется их комбинированное использование, при котором автоматизированные инструменты применяются для первичной обработки данных, а итоговая интерпретация осуществляется с учётом социологического контекста и исследовательского анализа.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы были рассмотрены возможности применения искусственного интеллекта для анализа модных образов и проведено его сравнение с традиционными методами визуальной социологии.

Обращение к данной теме связано с тем, что объём визуального контента в цифровой среде постоянно увеличивается. Социальные сети, онлайн-платформы и сайты модных брендов ежедневно формируют огромные массивы изображений, которые могут выступать источником социологической информации. В подобных условиях вопрос поиска эффективных инструментов анализа становится особенно актуальным.

В теоретической части работы были изучены основные социологические подходы к пониманию моды как социального феномена. Анализ научной литературы показал, что мода выполняет не только эстетическую функцию. Она связана с процессами социальной дифференциации, коммуникации и формирования идентичности. Через модные образы транслируются социальные роли, культурные ценности и представления о статусе.

Также были рассмотрены современные технологии искусственного интеллекта и направления их использования в индустрии моды. Проведённый анализ показал, что сегодня ИИ активно применяется для распознавания изображений, прогнозирования трендов, разработки рекомендательных систем и создания визуального контента. При этом вопрос использования подобных технологий в рамках социологических исследований пока остаётся недостаточно разработанным.

Практическая часть работы была посвящена сравнительному исследованию результатов, полученных с помощью классических методов визуальной социологии и мультимодальной языковой модели ChatGPT. В качестве эмпирического материала использовались цифровые изображения модных образов, отобранные из открытых интернет-источников. Для обеспечения сопоставимости результатов была разработана единая схема анализа, включающая несколько уровней исследования: описание объективных

характеристик изображения, интерпретацию выявленных признаков и последующее обобщение полученных данных. Использование данной схемы позволило провести анализ одних и тех же изображений с применением различных исследовательских подходов.

Результаты показали, что искусственный интеллект достаточно эффективно справляется с задачами распознавания визуальных элементов. Модель корректно определяет предметы одежды, цветовые решения, особенности композиции и основные стилистические характеристики образов. При работе с большим количеством изображений это позволяет существенно сократить временные затраты исследователя. Дополнительно были выявлены ограничения автоматизированного подхода. Наиболее заметно они проявляются на этапе интерпретации. Если описание визуальных признаков оказывается достаточно точным, то анализ социальных и культурных смыслов зачастую носит более общий характер. Искусственный интеллект склонен использовать универсальные категории и не всегда учитывает широкий контекст, в котором существует тот или иной образ.

Традиционные методы визуальной социологии продемонстрировали иные преимущества. Их использование позволило глубже рассмотреть символическое содержание изображений, выявить предполагаемые социальные роли, коммуникативные функции и культурные значения модных образов. Вместе с тем такой анализ требует значительно больше времени и в большей степени зависит от исследовательской интерпретации.

Полученные результаты позволяют говорить о том, что оба подхода обладают собственными сильными сторонами. Искусственный интеллект обеспечивает скорость обработки информации, воспроизводимость результатов и возможность работы с большими массивами данных. Традиционные методы дают возможность более глубокой интерпретации и позволяют учитывать особенности социального контекста.

В процессе исследования стало очевидно, что наиболее перспективным вариантом является не замена одного подхода другим, а их совместное

использование. Технологии искусственного интеллекта могут применяться для первичной обработки визуальных данных, выделения основных признаков и предварительной классификации изображений. Последующая интерпретация результатов при этом остаётся важной задачей исследователя.