**Резюме магистерской диссертации**

**Никоновой Алевтины Геннадиевны**

**«ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ: РОССИЙСКИЙ И НЕМЕЦКИЙ ОПЫТ»**

**«TRENDS IN TODAY’S DESIGN OF ENVIRONMENTAL PRESS:**

**EVIDENCE FROM RUSSIA AND GERMANY»**

**Н. рук. - БОДРУНОВА СВЕТЛАНА СЕРГЕЕВНА, канд. полит. наук**

**Направление подготовки – Журналистика**

**Профиль –медиадизайн**

**Ключевые слова**: экологическая журналистика, российская экологическая журналистика, немецкая экологическая журналистика, графический дизайн, дизайн экологической прессы.

**Keywords:** environmental journalism, Russian environmental journalism, German environmental journalism, graphic design, environmental media design.

**Актуальность** данной магистерской диссертации определяется важностью изучения зависимости дизайна специализированных изданий от аудитории. Экологическая журналистика – направление журналистики, набирающее популярность в России, поскольку прогрессивно настроенные граждане уже готовы к переходу к экологичному стилю жизни. Однако недостаток информации тормозит развитие данного направления. В Германии переход к сознательному природопользованию уже произошел, поэтому зеленые СМИ ориентированы не столько на просвещение, сколько на укрепление и углубление знаний об окружающей среде. В такой ситуации цель российских и немецких экологических изданий различна, следовательно различна и аудитория.

**Научная новизна.** В магистерской диссертации предпринята одна из первых попыток взглянуть на специализированные издания как на сегмент рынка, обладающий неоднородной аудиторией. В научный оборот введен эмпирический материал из десятков журналов российско-немецкого рынка экологических изданий. Впервые применены статистические методы для оценки дизайна журналов.

**Целью** данного исследования является выявление зависимости композиционно-графической модели от ориентации экологических изданий на определенный сегмент аудитории. Достижение поставленной цели предполагает решение ряда **научно-практических задач**:

* рассмотреть понятие "экологическая журналистика" в контексте исторического развития в Германии и России;
* выделить современные тенденции в журнальном дизайне;
* изучить рынки современной российской и немецкой экологической журналистской продукции с точки зрения аудиторного фактора;
* разработать систему применения статистических методов для оценки дизайна изданий и использовать ее при анализе эмпирических материалов.

**Объектом исследования** в данной магистерской диссертации является дизайн современных экологических журналов в России и Германии, а **предметом** – композиционно-графические модели (КГМ) данных изданий в связи с их аудиторной нишей и иными типологическими характеристиками.

**Теоретическую основу** магистерской диссертации составили труды теоретиков экологической журналистики, таких как К. и Ш. Фридман, С. Алексеев, О. Берлова, А. Кочинева, монографии и научные статьи по истории и теории графического дизайна (Р. Арнхейм, Ян Чихольд, Э. Рудер, А. Лебедев, В. Лесняк, И. Иттен, Т. Херроур). Для обоснования методологии мы обращались работам таких исследователей, как С. Костенко, А. Джейн, М. Мёрти, М. Дейвисон, К. Воронцов и других.

**Эмпирическую базу** исследования составили 44 журнала об экологии (из них 18 российских, 26 немецких). В выборку не вошли издания стран СНГ, выходящие на русском языке, а также австрийские и швейцарские немецкоязычные журналы. Выборка охватывает практически весь рынок немецкой и российской экологической прессы (максимальное количество изданий, которое удалось собрать для исследования). Для оценки некоторых переменных использовалось по 3-5 номеров каждого издания (поскольку данные переменные требовали проследить развитие тех или иных параметров КГМ из номера в номер). Хронологические рамки исследования охватывают 2001 - 2015 годы. Это связано с тем, что для анализа мы брали самые свежие выпуски журналов, однако в выборке присутствуют издания, представляющие интерес для исследования, но прекратившие выпуск печатных версий. В целом установлено, что дизайн, в частности КГМ, принципиально не меняется от номера к номеру и погрешность при подобном исследовании на основе одного выпуска представляется несущественной.

Для полного раскрытия темы и более глубокого анализа применялись как общенаучные **методы** исследования (анализ, синтез, сравнение, метод аналогии),так и статистические методики. В их числе метод многомерного шкалирования и иерархический кластерный анализ.

**Структура** работы включает введение, две главы и четыре параграфа, заключение, список литературы и приложения. В первой главе мы определяем понятие «экологическая журналистика», рассматриваем основные этапы становления экологической журналистики в России и Германии, реконструируем историю журнального графического дизайна и современные тенденции в оформлении журналов. Во второй главе приведен анализ изданий с точки зрения факторов, влияющих на облик журналов, а также проведена оценка эмпирической базы с использованием метода многомерного шкалирования. В заключении приведены выводы, основанные на совмещении результатов кластерного анализа и многомерного шкалирования, а также обрисованы возможные причины различий в дизайне российских и немецких «зеленых» СМИ. В качестве приложений выступают изображения анализируемых изданий, таблицы с результатами кодирования изданий, кодировочные листы с пояснениями, таблицы распределения по кластерам, графики результатов многомерного шкалирования.

**Основные выводы.** Экологическая журналистика, являясь тематическим направлением журналистики, представляет собой комплексную систему, охватывающую социальную, политическую, экономическую сферы жизни общества. Журналист, пишущий на экологическую тематику, использует инструменты традиционных специализированных разделов журналистики, таких как политика, экономика, медицина, наука и прочие. Данное свойство экологической журналистики позволяет ей распадаться на еще более узкие тематические направления, такие как лесное, водное, климатическое, энергетическое, городское, активистское, детское и другие.

Несмотря на то, что принципы дизайна одинаковы для Германии и России, исторические факторы позволяют увидеть различия в облике экологических журналов. Так, российские СМИ, прообразом которых были энциклопедические и естественно-научные атласы, сохранили элементы книжной верстки, в то время как становление немецких экологических журналов происходило под влиянием активистских движений и последующей их институционализации, и немецкие экологические СМИ гораздо ближе к традиционному журналу ХХ века. Современные тенденции в дизайне экологических изданий присутствуют как в российских, так и в немецких журналах в равной степени.

На дизайн изданий влияют статус учредителя, регион распространения и тематика. Аудиторный фактор оказывает влияние на издания, относящиеся к полярным группам читателей. Это связано с четким пониманием редакциями целей издания, знанием своей аудитории. Так, журналы, предназначенные для людей, чья профессиональная деятельность связана с экологией, ориентируются на содержание, а не на внешний вид. Такие журналы не используют декоративные элементы, колористику. Издания для активных людей, молодежи выглядят современно за счет грамотного обращения с типографикой, цветом, конструктивными и навигационными элементами журнала. Издания, которые при совмещении данных кластерного анализа и многомерного шкалирования не попали в предполагаемые группы, в основном принадлежат некоммерческим организациям, целью которых является привлечение как можно большего числа сторонников. Большая часть таких журналов – немецкие, ориентированные на предоставление читателям общеэкологической информации. Их аудитория неоднородна, поэтому дизайн стремится к нейтральности. В данном случае облик издания зависит от желания учредителя, редактора или дизайнера.