**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Косова Александра Александровича**

**«ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОГО ДИЗАЙНА ИНТЕРНЕТ-СМИ**

**(НА ПРИМЕРЕ ДЕЛОВЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ)»**

**Н. рук. – Александр Васильевич Якунин, канд. филол. наук, доцент**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Заочная форма обучения**

Выпускная квалификационная работа «Особенности визуального дизайна интернет-СМИ: на примере деловых электронных СМИ» посвящена исследованию современных тенденций в оформлении и дизайне электронных деловых изданий.

**Актуальность** данного исследования заключается в том, что на фоне уверенного роста количества масс-медиа, работающих с информацией делового характера, растет влияние деловых СМИ на протекающие в обществе и экономике процессы, а также внимание общества, бизнеса и журналистского сообщества к вопросам развития деловых изданий. Исследование дизайна электронных деловых изданий способно предоставить ценную информацию о характере их аудитории, ее приоритетах и предпочтениях в формах массовой коммуникации.

**Новизна** работы объясняется малым количеством работ, посвященных перспективе развития дизайна деловых Интернет-СМИ и факторам этой эволюции, а также недостаточном освещении вопросов взаимосвязи медиадизайна и процесса конвергенции, набирающего силу в современном информационном пространстве.

**Цель исследования** – анализ тенденций и принципов, определяющих формирование визуального облика современных деловых электронных изданий.

**Объект исследования** – крупнейшие российские деловые интернет-издания «Коммерсант.ру», «Ведомости.ру», «Смарт-мани», «Эксперт-онлайн», «РБК» и деловая газета «Взгляд» в совокупности окружающих их и взаимосвязанных с ними ресурсов и сетевых сервисов.

**Предмет исследования** – композиционно-графическая модель указанных деловых электронных изданий.

**Теоретическая база** – литература по графическому дизайну, моделированию периодических изданий, по проблемам «новых медиа», по вопросам WEB-дизайна и визуальным решениям в организации пользовательских интерфейсов, проблемам визуальной коммуникации в Интернет.

**Эмпирический материал** данной работы представляют крупнейшие российские деловые интернет-издания: «Коммерсант.ру» (http://www.kommersant.ru/), «Ведомости.ру» (http://www.vedomosti.ru/), «Смарт-мани» (http://www.smoney.ru/), «Эксперт-онлайн» (http://expert.ru/), портал РБК (http://www.rbc.ru/), интернет-версия деловой газеты «РБК дейли» (http://www.rbcdaily.ru/) и деловая газета «Взгляд» (http://vz.ru/). Выбор данных интернет-изданий обусловлен их популярностью, большой посещаемостью, достаточно длительным присутствием в Глобальной сети и успешным функционированием все это время.

Работа состоит из введения, двух глав, по три параграфа в каждой, заключения, списка использованной литературы и приложения.