**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Иванова Евгения Александровича**

**«МОЛОДЕЖНЫЕ ИЗДАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ»**

**Н. рук. – Тепляшина Алла Николаевна, д. филол. наук, профессор**

**Кафедра периодической печати**

**Второе высшее и параллельное (заочная форма обучения)**

**Актуальность темы:** Нужно с удвоенным вниманием относиться к содержанию изданий для молодежи, как печатных, так и электронных. На сегодняшний день именно молодые люди являются самыми активными пользователями сети Интернет. Еще совсем недавно в России не существовало такого понятия, как «интернет-журналистика» или «онлайн-издания», но это явление так быстро вошло в повседневную жизнь, что сейчас сложно представить современную деятельность человека без Интернета. Сетевые издания и сейчас продолжают активно развиваться, а традиционные СМИ проигрывают им в популярности.

**Объектом** исследования являются молодежные издания, а **предметом** - функционирование и изменение этих изданий в условиях активного развития электронных СМИ.

**Цель работы:** изучить современные молодежные издания, представленные на российском рынке, и выявить влияние на них активно развивающегося Интернета.

**Источниками** теоретической базы являются научные труды, посвященные интернет-журналистике и молодежным изданиям. Авторами данных книг выступают известные ученые А.И. Акопов, И.В. Жилавская, А.А. Калмыков, Л. А. Коханова и другие.

**Эмпирической базой исследования** стали выпуски журнала «Хулиган» с 2003 по 2012 годы. Выбор этого издания связан с тем фактом, что журнал «Хулиган» на пике своей популярности был законодателем моды среди молодежных журналов.

**Методы исследования:** анализ научной литературы, метод типологического анализа, а также метод сравнительного анализа.

**Структура работы.** В первой главе рассмотрено положение молодежной прессы в советское время, отмечены изменения, произошедшие с некоторыми изданиями сегодня: автор обратился к таким долгожителям, как журналы «Смена», «Техника молодежи», «Студенческий меридиан», «Юность», «Молодая гвардия». Вторая глава посвящена представителям молодежных изданий в сети Интернет. Приведена типология интернет-СМИ: основные три типоформирующих признака электронных изданий – издатель, читатель и целевое назначение; также интернет-издания можно классифицировать по критерию формы, технологии распространения, по содержанию, целевому назначению, природе основной информации (текстовое электронное издание, изобразительное, звуковое, мультимедийное, и даже программный продукт).

Анализируя журнал «Хулиган», можно сделать прогноз о дальнейшей судьбе печатных СМИ и согласиться с А. Мирошниченко, считающим, что у них есть 5-7 лет последнего расцвета и последующие 15 лет эпического трагизма.