**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Овчинниковой Ирины Максимовны**

**«Компьютерно-игровые издания: поиск целевой аудитории»**

**Н. рук. – Лисеев Роман Петрович, канд. филол. наук, доцент**

**Кафедра периодической печати**

**Очно-заочная форма обучения**

Для достижения коммерческого успеха компьютерно–игровому журналу, как и любому другому изданию, необходимо точно удовлетворять потребности покупателя (аудитории). Для этого аудиторию необходимо хорошо знать и постоянно подстраиваться под ее запросы. Изобретать новые способы привлечения и удержания аудитории издателей заставляет возросшая в последние годы внутренняя конкуренция на рынке печатных изданий, а также усиливающееся конкурентное давление со стороны интернет-СМИ. Так, из семи популярных российских игровых журналов на сегодня выходит только два. Изучение и сопоставление опыта успешных и потерпевших поражение изданий поможет выявить наиболее эффективные стратегии привлечения и удержания аудитории. Это обусловливает **актуальность** данного исследования.

**Научная новизна** работы состоит не только в том, что выбранный нами тип изданий достаточно мало изучен российскими исследователями, но и предпринятой в ней попыткой проследить произошедшие с течением времени изменения аудиторных ориентаций изданий.

**Цель** нашего исследования — проследить процесс формирования и удержания целевой аудитории компьютерно-игровыми изданиями. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи**: изучить литературу по социологии журналистики, маркетингу и экономике, связанную с темой исследования; определить целевую аудиторию российских компьютерно-игровых изданий; изучить основные факторы привлечения и удержания целевой аудитории компьютерно-игровыми журналами; изучить содержательно-тематические и языковые модели а также оформление российских журналов, посвященных компьютерным играм, и их изменения на протяжении выхода журналов.

В качестве **объекта** исследования мы рассматриваем компьютерно-игровые журналы. Изучаемым нами **предметом** являются методы привлечения, расширения и удержания целевой аудитории исследуемыми изданиями.

Основу **эмпирической базы** исследования составили выпуски российских журналов «Игромания», «Страна игр» и «Game.EXE», отобранные по принципу произвольной репрезентативной выборки. Для исследования были отобраны 36 номеров этих изданий, вышедших в период с 1996 по 2013 год. Также для сравнения использовались некоторые обложки и внутренние страницы зарубежных журналов «Edge», «PC gamer», найденные в открытом доступе. Хронологические рамки основной части исследования ограничиваются периодом существования компьютерно-игровых журналов в России — с середины 1990-х годов по настоящее время.

В ходе исследования нами использованы следующие **методы.** Общенаучные**:** анализ и синтез, аналогия, сравнение, моделирование, исторический метод, классификация и др.; социологические: анализ содержания, опрос.