**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Кравчука Дениса Витальевича**

**«ФОТОИЗОБРАЖЕНИЕ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СМИ: ЭВОЛЮЦИЯ ЮМОРА»**

**Н. рук. – Крылова Лолита Анатольевна, старший преподаватель**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очная форма обучения**

**Актуальность темы исследования.** С помощью юмора человеку можно объяснить множество событий, происходящих во всех сферах общества: политика, экономика, культура, спорт. Нас будет интересовать именно фотография, вызывающая улыбку и смех, взаимодействие подписей, заголовков, подзаголовков с фотоизображениями, образующие шутки.

**Новизна** нашей работы заключается в том, что юмор, рассматривается как жанр фотожурналистики, причём изучаются СМИ за последние годы и исследуются новейшие тенденции в развитии юмора в фотографии.

**Цель:** проанализировать шутки, показанные с помощью фотографий в современных отечественных средствах массовой информации, и проследить эволюцию юмора за последние пять лет. Для решения цели были поставлены следующие задачи: изучить и проанализировать работы предшественников по данной теме; определить и подробно разобрать понятие юмора; рассмотреть психологию юмора и основные юмористические жанры; проанализировать использование юмора в журналистике, с помощью фотографий; определить с помощью чего достигается комический эффект при просмотре фотографий; проанализировать эволюцию юмора в газете «Коммерсантъ» за последние пять лет, посредством фотографий.

**Объектом** является юмор как жанр фотожурналистики.

**Предмет** - фотографии, в газете «Коммерсантъ» (построенные на шутках).

**Методологическую базу исследования** составляют общенаучные (изучение литературы, гипотеза, сравнение) и эмпирические (наблюдение, количественный и качественный контент-анализ) методы исследования.

Для **теоретической базы исследования** в нашей работе мы будем опираться в основном, на книги, посвященные юмору и его психологии: Р. Мартин, Дж. Селли, Зигмунд Фрейд, В. П. Шейнов; книги о фотографиях и журналистике в целом: А. И. Беленького, В. М. Березина, серия книг Ли Фроста, учебное пособие под ред. Я.Н. Засурского и Р. Арнхейм «Искусство и визуальное восприятие».

В качестве **эмпирической базы исследования** мы использовали издание «Коммерсантъ» за последние пять лет (2011-2015 год).

В **заключении** формулируются наиболее значимые выводы исследования. Основной, из этих выводов: жанры каламбура, иронии, сатиры развиваются в фотожурналистике, в чем и заключается эволюция юмора. Газета «Коммерсантъ» смогла преподнести читателю события разной степени важности максимально просто, при этом сохранив лицо издания и оставив репутацию незапятнанной.

Исследование состоит из введения, двух глав, восьми параграфов, заключения, библиографического перечня литературы и приложений.