**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Сараева Алексея Вадимовича**

**«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЗАЙНЕ НОВОСТНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ**

**ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ НОСИТЕЛЕЙ»**

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

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очная форма обучения**

**Актуальность** избранной тематики обусловлена следующими причинами: во-первых, непрерывным ростом рынка мобильных устройств (смартфонов, планшетных компьютеров и т. д.), в результате которого сетевые издания вынуждены выпускать специальные приложения для новых носителей. Этот процесс обусловил появление нового типа дайджестов – приложений, собирающих сообщения из различных журналистских источников, отобранных пользователем или предложенных ему. Во-вторых, развитием новых тенденций в оформлении СМИ, известных как стилевая парадигма «плоского дизайна». Данный подход к дизайну значительно повлиял на современную культуру визуального оформления СМИ и, по сути, стал общемировым трендом. Однако механизм популярности подобных решений, степень их целесообразности нуждаются в исследовании. **Теоретическую базу** ВКР составили прежде всего работы Маршала Мак-Люэна, Марка Дойца, Василия Гатова, Дмитрия Гавры, Сергея Корконосенко, Геннадия Бакулёва. В качестве дополнительных источников используются исследования по эргономике, искусствоведению и физиологии восприятия (работы Джона О`Кифа, Эрнста Гомбриха).

**Цель** исследования - выявить актуальные тенденции в дизайне новостных приложений для мобильных устройств и раскрыть их связь с ключевыми факторами восприятия массовой аудитории.

Для достижения данной цели нами поставлены следующие **задачи**:

1. охарактеризовать факторы восприятия массовой аудитории, наиболее активно действующие на современном этапе;
2. выявить значение новых медианосителей в современных социальных практиках;
3. определить технологические, культурные и социально-психологические факторы трансформации композиционно-графической модели в новых медиа, обозначить критерии и уровни этих изменений;
4. произвести критический анализ новостных приложений и дайджестов для iPhone версий iOS7-8.3.

**Объектом** основного анализа станут избранные мобильные приложения для iPhone. **Предметом** анализа выступают подходы к юзабилити-проектированию и дизайну, характерные для данных мобильных приложений. **Структура** работы включает в себя две главы. В первой главе рассматриваются вопросы о роли визуального восприятия в цивилизационно-историческом процессе, о факторах восприятия в новых медиа. Во второй проводится анализ рынка мобильных приложений и отбор эмпирической базы для анализа, которая затем исследуется сравнительно-сопоставительным методом. В конце работы приведены заключение, список литературы и приложение.

В **методологии** работы используются сравнительно-сопоставительный анализ, индукция, структурно-функциональный анализ.