**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Кярня Алены Олеговны**

**«ГОРОДСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

**(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКИХ ИЗДАНИЙ ПЕТРОЗАВОДСКА)»
 Н. рук. – Бодрунова Светлана Сергеевна, доктор полит. наук, доцент**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очная форма обучения**

Российская журналистика переживает одновременный кризис прежних бизнес-моделей и «бум» развития новых медиаплатформ. В целом, это выражается в трансформации традиционных СМИ в мультимедийные и поиске эффективных бизнес-моделей в новых условиях. На этом фоне мы наблюдаем появление феномена городской интернет-журналистики в России, который пока не находит определения в научной литературе. Городская журналистика в Петрозаводске, крупном региональном центре, испытывает влияние этих тенденций в той же степени, что и журналистика национального уровня, но, сталкиваясь со специфическими обстоятельствами, развивается по собственному пути, который пока мало изучен, что и обусловливает **актуальность** исследования.

**Новизна** исследования заключается в следующем: 1) автор впервые анализирует опыт трансформации издательских домов крупного регионального центра в медиакомпании, ориентированные на выпуск контента прежде всего для цифровых платформ; 2) автор прослеживает связь бизнес-моделей на региональном медиарынке (и их ограничений) с визуальным обликом онлайн-изданий.

**Цель** исследования — реконструировать модель городского издания современного Петрозаводска в сети Интернет, в том числе связь бизнес-модели, контента и визуального облика. Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**. 1. Рассмотреть теоретические подходы к анализу современного городского издания. 2. Систематизировать бизнес-модели, существующие в российской региональной журналистике. 3. Описать медиаландшафт Петрозаводска. 4. Проанализировать бизнес-модели городских изданий Петрозаводска. 5. Выяснить, как особенности контента и бизнес-моделей исследуемых изданий отражаются на их визуальном облике.

**Объект** исследования — сегмент современных городских изданий в сети Интернет (на примере онлайн-медиа Петрозаводска). **Предмет** исследования — связь бизнес-модели, контента и визуального облика городских онлайн-медиа.

**Методологическая база** сочетает в себе методы социологических и визуальных исследований. В частности, автор использует методы глубинного интервью и визуального анализа.

**Эмпирическую базу** исследования составили бизнес-модели, контент и визуальный облик трех городских онлайн-медиа Петрозаводска: «Петрозаводск говорит», «Губернiя Daily» и «Столица на Онего». В исследовании использованы результаты трех глубинных интервью с редакторами указанных изданий, предварительного анализа контента изданий с точки зрения соотношения рекламного и редакционного содержания, а также визуального анализа 300 фотоиллюстраций, размещенных на сайтах данных медиа, и их стартовых страниц.

**Структура** **работы** состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Ключевые слова: городские медиа, региональные медиа, бизнес-модель, визуальный облик, глубинное интервью

**Abstract of graduation qualification paper**

**by Alena Olegovna Kyarnya**

**«URBAN JOURNALISM ON THE INTERNET**

**(ON THE EXAMPLE OF URBAN MEDIA IN PETROZAVODSK)»
 Sc.Supervisor: Svetlana S. Bodrunova, Doct.Sci. in Political Science, Assoc.Prof.**

**Department of Media Design and Information Technologies**

**Full-time major**

Today, one can trace both a crisis of pre-existing media models and a «boom» of new-platform media in Russian journalism. In general, this controversy shows itself via transformation of traditional mass media into multimedia and via editorial search for effective business model. Against this background, we can see the formation of urban Internet journalism in Russia that is still scientifically undefined. Urban journalism in Petrozavodsk, a big regional center, is affected by all these tendencies, just as national-level media are. However, facing some specific circumstances, it is developing in its own way, still under-researched today. This determines the **relevance** of the study and for our **research premises**.

**Novelty** of the research lies in the following: 1) analysis of transformation of publishing houses at a regional city into media companies oriented mainly to content production for digital platforms; 2) analysis of impact of the media outlets’ business models upon their visual appearance.

**Aim** of the study is to reconstruct the model of urban online media of modern Petrozavodsk, including ties between business models, content and visual look. To reach the aim, the following **research stages** have been defined: 1. To examine theoretical approaches to analyzing modern urban media. 2. To systematize business models existing in Russian regional journalism. 3. To describe the media landscape of Petrozavodsk. 4. To analyze business models of Petrozavodsk urban media. 5. To ascertain how content features and business models affect their visual outlook.

**Object** of the study is the segment of modern urban media on the Internet (as exemplified by Petrozavodsk online media). **Subject** of the study is the relations between business models, content and visual look of urban online media.

**Methodological basis** includes methods of social and visual studies. Particularly, author uses methods of semi-structured in-depth interviews and visual analysis.

**Empirical basis** of the study consists of business models, content and visual look of three urban online media of Petrozavodsk: «Petrozavodsk govorit», «Gubernia Daily» and «Stolica na Onego». Author uses results of three in-depth interviews with editors of the abovementioned media; results of preliminary content analysis of content in editorial vs. advertising aspects; and the results of visual analysis of 300 photo illustrations published at websites of the three media as well as results of visual analysis of their homepages.

**Structure of the study** includes an introduction, two chapters, a conclusion, a list of used literature and appendices.

Keywords: urban media, regional media, business model, visual outlook, in-depth interview