

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
Факультет журналистики

На правах рукописи

БАШМАКОВА Анастасия Ивановна

**Тематическая концепция и композиционно-графическая модель
культурно-образовательного журнала для молодежи**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(творческий проект)

Научный руководитель –
старший преподаватель
П. Ч. Хан
Кафедра медиадизайна и информационных технологий
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2017

Содержание

Введение.....	3
ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ В КОНТЕКСТЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ	8
1.1. Аудиторный аспект: обоснование интереса молодежного сегмента	8
1.2. Содержательный аспект: обоснование тематики	15
ГЛАВА 2. ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЖУРНАЛА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ	42
2.1. Типографика как основа графической составляющей журнала	42
2.2. Иллюстрация как часть визуального комплекса.....	48
2.3. Фотография как главный элемент визуального контента печатного СМИ.....	50
2.4. Инфографика как сложный объект визуализации информации	54
ГЛАВА 3. ОПИСАНИЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ И КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ЖУРНАЛА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ	57
3.1. Тематическая концепция журнала для молодежи	57
3.2. Композиционно-графическая модель журнала для молодежи	59
Заключение	65
Приложение	74

Введение

По статистике современная российская молодежь мало читает, редко посещает библиотеки и интересы чтения ограничиваются, как правило, литературой из школьной программы. Однако нельзя сказать, что молодежь не читает совсем, чаще всего они прочитывают статьи блогов и социальных сетей. Стоит также добавить, что сегодня на российском типографическом рынке периодические издания, ориентированные на школьников старших классов и студентов, как правило, не выходят за рамки школы или университета. Учеба в школе и высших учебных заведениях происходит исключительно по предложенным министерством образования учебно-методическим материалам и учебникам, они же являются опорой при подготовке к Единому государственному экзамену. Все большую часть свободного времени школьники и студенты XXI века проводят в интернет-медиа и социальных сетях.

Причин уменьшения количества читающей молодежи, на наш взгляд, несколько. Во-первых, это стремление XXI века к скорости и экономии времени, широкое распространение интернета как главного источника информации, а также отсутствие достаточного количества печатных изданий, ориентированных на молодежь и отвечающих потребностям нового поколения.

С первых лет советской власти газета традиционно являлась основным пропагандистом и идейным организатором общества, отвечающим на актуальные политические и социальные вопросы. Во многом организующая и идеологическая роль СМИ сохранилась и сейчас, многие молодые люди видят в средствах массовой информации ответы на волнующие их вопросы. В силу глобальных социально-политических изменений роль печатного издания трансформировалась: газета (журнал) из агитки превратилась в просветительский или развлекательный орган.

В связи с вышеизложенными тезисами, мы рассмотрели межпоколенческий вопрос, который, на наш взгляд, может стать основой для

создания тематической модели периодического печатного издания. Проблема отцов и детей и в современном мире остается актуальной. На сегодняшний день проблема дискриминации по возрасту является важной, но малоизученной. В своем исследовании мы обозначим наличие или отсутствие негативных стереотипов, порождающих возрастную дискриминацию среди представителей молодежи от 16 до 27 лет по отношению к старшему поколению (к людям, старше 40 лет).

Объединяя два указанных аспекта, мы предполагаем, что ресурсы современной визуальной журналистики, а также грамотно разработанная тематическая концепция подачи материалов могут помочь в создании культурно-образовательного периодического издания, направленного на преодоление негативных стереотипов о старшем поколении в сознании молодежи.

Культурно-образовательный журнал для молодежи может представить научно-познавательный контент в интересной современной подаче и стать золотой серединой между учебными материалами и развлекательными. Для поддержания интереса школьников к различным темам и просвещению необходима необычная подача материалов: разнообразный иллюстративный ряд, визуализация информации, отчасти основанная на ассоциативных связях. В данном случае представители старшего поколения, их знания и опыт, позволят отказаться, с одной стороны, от «научно-методической» подачи информации, с другой, от чрезмерной развлекательности. Для студенческой аудитории этот журнал может стать дополнением к учебным материалам. Он также может быть интересен для обучающихся разных направлений и возрастов, поскольку будет включать тематически разнообразные материалы.

Актуальность исследования. Культурно-образовательный журнал о старшем поколении имеет преимущества многофункционального проекта.

- С одной стороны, издание представит научно-познавательный контент в интересной современной подаче, сохранив баланс между учебными и развлекательными материалами.
- С другой, журнал станет своеобразным коммуникативным мостом между поколениями и, возможно, будет способствовать разрушению негативных стереотипов молодежи о людях старшего возраста.

Новизна работы заключается в попытке разработать журнал нового формата: культурно-образовательное издание о старшем поколении для молодежи. Эта задача неразрывно связана с подтверждением предположения об эффективности средств современной визуальной журналистики в налаживании межпоколенческой коммуникации.

Целью данной работы является создание тематической концепции и разработка композиционно-графической модели издания о старшем поколении для молодёжи.

В данной исследовательской работе мы решили следующие **задачи**:

- изучить прецеденты создания журнала культурно-образовательного характера с целью выделения ключевых категорий;
- выявить особенности представления средств визуальной идентификации и дизайнерских решений в изданиях для молодежи;
- исследовать вопрос о стереотипах, существующих в сознании молодежи о представителях старшего поколения;
- в результате полученных данных разработать тематическую концепцию и композиционно-графическую модель журнала для молодежи о старшем поколении.

Объектом исследования являются особенности визуальной организации изданий культурно-образовательного и просветительского

характера, ориентированных на молодежь. **Предметом** исследования стали тематическая концепция и композиционно-графическая модель журнала о старшем поколении.

В **теоретическую базу** исследования вошли отечественные и зарубежные научные работы А. В. Писарева, Б. Мещеряков, В. Зинченко, Г. Тэджфела, Дж. Тернера в области психологии и социологии. Учебники и тематические статьи о негативных возрастных стереотипах в обществе и эйджизме А. В. Микляевой, Е. Н. Мухрановой, Е. П. Ильина. Были использованы работы о фотографии В. В. Савчука, С. Сонтаг, об инфографике Р. Крама, П. Н. Тарасенко. Принципы визуальной организации, а также типографические особенности печатных изданий рассмотрены в трудах Я. Чихольда, К. Цыпленкова, В. Кричевского.

Эмпирическую базу исследования составили выпуски журналов досоветского, советского и постсоветского периодов, ориентированные на молодежную аудиторию. Хронологические рамки исследования включают периодическую печать для молодежи, начиная с 1846 года и до настоящего времени.

Методологической базой исследования стали контент-анализ, метод комплексного подхода к материалу, методы сравнительного, сопоставительного и системного анализа, а также метод прямой выборки.

Структуру работы составляют введение, три главы, заключение, список источников и приложений. Во **введении** обосновывается актуальность и новизна, формулируются цели и задачи работы, а также описываются теоретическая, эмпирическая и методологическая базы исследования. В **первой главе** проанализированы печатные издания различного характера для молодежной аудитории досоветского, советского и постсоветского периодов; проведены два исследования, на основе которых сделаны выводы о сферах интересов молодежи и основные особенности их визуальных предпочтений. Во **второй главе** рассматриваются принципы визуальной организации печатного издания от подбора картинок до шрифтового расписания. В заключительной **третьей главе** представлено подробное описание

тематической концепции и композиционно-графической модели журнала о старшем поколении для молодежи. В **заключении** приводятся результаты исследования и формулируются основные выводы.

Таким образом, в ходе нашего исследования мы постараемся определить и проанализировать целевую аудиторию, выделить негативные и позитивные стереотипы молодежи о старшем поколении, на основе интересов и особенностей визуальных предпочтений молодежи разработать тематическую концепцию и композиционно-графическую модель журнала для молодежи, а также представить несколько страниц веб-версии.

ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ В КОНТЕКСТЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ

1.1. Аудиторный аспект: обоснование интереса молодежного сегмента

Современное состояние рынка культурно-образовательной периодики, ориентированной на молодежную аудиторию

В этой части исследования мы обратим внимание на современное состояние рынка печатной периодики для молодежи. Первоочередная проблема, с которой мы столкнулись, состоит в том, что на российском рынке нет четкого разделения между изданиями, ориентированными на детей и на молодежь, несмотря на то, что это принципиально разные возрастные аудитории. «По классификации ООН, к молодежи относятся те, чей возраст составляет от 15 до 24 лет»¹. В рамках рассматриваемого в России законопроекта «О молодежи» принято считать молодежью граждан в возрасте от 14 до 35 лет.² По многочисленным источникам детство определяется несколькими фазами и укладывается в возраст до 16 лет. Аудитория нашего издания – от 16 до 27 лет – относится к возрастной категории «молодежь». В связи с этим издания категории «для детей» принципиально не входят в спектр наших интересов.

Однако, к примеру, на сайте каталога Российской прессы «Почта России»³ в категории «Детские и молодежные издания» показано 158 наименований. Объединенный каталог «Пресса России» выделяет 324 издания этой же категории. При этом далеко не все эти издания

¹ ЮНЕСКО: работа с молодежью и для молодежи [Электронный ресурс] URL: <http://www.unesco.org/new/ru/social-and-human-sciences/themes/youth/>

² Известия [Электронный ресурс] URL: <http://izvestia.ru/news/545051>

³ Каталог Почты России [Электронный ресурс] URL: http://vipishi.ru/catalog-Pochta-Russia/search/inet/3847/32/?famtype_id=&catprt_id=&theme_id=91&price_from=&price_to=&period=&s=&sby=n

соответствуют необходимой нашему журналу возрастной аудитории, в связи с этим разнятся и сферы интересов. В частности, журналы «В гостях у сказки», «Весёлые герои», «Весёлый затейник», «Винни и его друзья», «ГЕОлёнок» ориентированы на школьников до 14 лет. Также в названных каталогах существуют и те издания, которые ориентируются на молодежную аудиторию, но их значительно меньше. Выделим особенно значимые для нашей темы:

1. «Семья и школа» (с 1946). Журнал рассматривает широкий перечень важных проблем, связанных с процессами обучения и воспитания.
2. «Мы» (с 1990). Литературно-художественный журнал, который раскрывает множество тем молодежной проблематики. Среди них: «О, спорт, ты вызов», «Тусовка», «Рок-энциклопедия», «Замечательные судьбы», «Говоря откровенно», «Хочешь быть деловым?» и пр.⁴
3. «Странник» (с 1994). Кредо молодежного издания: «от развлекательного – к познавательному»⁵. Литературно-художественный журнал печатает современную прозу (жанры: фантастика, мелодрама, детектив).
4. «Машины и механизмы» (с 2005). Научно-популярный журнал, содержание которого представляют материалы на различные темы (техника, наука, природа и пр.). Особое место в журнале занимают материалы аналитического жанра.

⁴ Журнал «Мы» [Электронный ресурс] URL: <http://basilisk.moscow/museum/zhurnal-my-1991/>

⁵ Молодёжный журнал «Странник» [Электронный ресурс] URL: <http://www.strannik-lit.ru/we.html>

5. «Вестник Санкт-Петербургского университета» (с 1946). Научно-теоретический журнал, публикующий статьи о достижениях в различных сферах науки.⁶
6. «Левша» (с 1972). Журнал публикует материалы о достижениях в науке и технике.⁷
7. «Наша молодежь» (с 2009). Общероссийский молодежный общественно-политический журнал, главная задача которого – «информационное обеспечение государственной молодежной политики»⁸.
8. «Ровесник» (с 1962). Ежедневный молодежный журнал «о музыке, шоу-бизнесе, новинках кино, видео, образовании, отдыхе и развлечениях»⁹.

Отдельно стоит упомянуть о журналах, которые отчасти ориентируются на указанную возрастную категорию, однако являются узконаправленными:

1. «Балет». Цель издания – приобщение будущего поколения к искусству танца.
2. «Техника – молодёжи». Удивляет читателей инновационными проектами, а также описанием новых изобретений.
3. «ФанCity». Посвящен миру фэнтези и фантастики, рассказывает о новинках в этой сфере. Издание «знакомит читателей с первыми лицами индустрии, погружает в мир путешествий по авторским вселенным и позволяет немного заглянуть в будущее»¹⁰.

⁶ Вестник Санкт-Петербургского университета [Электронный ресурс] URL: <http://vestnik.spbu.ru/>

⁷ Журнал «Левша» [Электронный ресурс] URL: <http://utechnik.ru/levsha/>

⁸ Журнал «НМ» [Электронный ресурс] URL: <http://nasha-molodezh.ru/pages/magazine-nasha-molodezh>

⁹ Журнал «Ровесник» [Электронный ресурс] URL: http://publ.lib.ru/ARCHIVES/R/%27%27Rovesnik%27%27/_%27%27Rovesnik%27%27.html

¹⁰ Журнал «ФанCity» [Электронный ресурс] URL: https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/y_e93531/

4. «Юный художник». Рассказывает об основах изобразительного искусства, охватывает все города России, аудитория журнала указана как «всем, интересующимся искусством»¹¹.
5. «Я вхожу в мир искусства». Журнал рассказывает о различных направлениях искусства и включает методические материалы и пособия.
6. «Юный натуралист». Научно-популярный журнал, который затрагивает темы природоведения и биологии, путешествий и исследований¹².
7. «Юный техник и изобретатель». Ежемесячный журнал, рассказывающий о новостях технического прогресса, предлагает интересные идеи и чертежи, а также исторические материалы данной тематики.
8. «Фортепиано». Музыкальный журнал, включающий статьи об известных музыкантах и мастерах искусства.
9. «Техническое творчество молодежи». «Издание ориентировано на исторический опыт, актуальные проблемы, перспективы развития современного технического образования молодежи и воспитания творческой личности»¹³.

Таким образом, современные издания для молодёжной аудитории можно разделить по трем основным направлениям:

- научно-технические издания;
- литературно-художественные издания;
- издания о мире искусства.

Из указанных журналов «Ровестник», «Наша молодежь», «Мы» по большей части схожи с нашим изданием в силу разнообразия рубрик и

¹¹ Журнал «Юный художник» [Электронный ресурс] URL: <http://xn----htbgibkpeh2cv3eub.xn--p1ai/about>

¹² Журнал «Юный натуралист» [Электронный ресурс] URL: <http://unnaturalist.ru/about/>

¹³ Журнал «Техническое творчество молодежи» [Электронный ресурс] URL: https://www.akc.ru/itm/tehnich_heskoe-tvorc_hestvo-molodez_hi/

широкого перечня освещенных тем, остальные издания являются узконаправленными.

Проанализировав рынок изданий, ориентированных на молодёжную аудиторию, можно сделать следующий вывод. На сегодняшний день не существует издания, которое было бы направлено на молодёжь и в полной мере раскрывало основные интересующие эту аудиторию темы. Достаточно много изданий по интересам, а также изданий, которые публикуются организациями и направлены на узкую аудиторию, с определённым характером интересов.

Вопросы молодежной политики актуальны в любое время. Россия советского периода отличается богатым опытом воспитания молодежи, в связи с этим обратимся к архивам молодежных изданий периода СССР.

Главным рупором партии в адрес подрастающего поколения был литературно-художественный и общественно-политический журнал «Пионер», выходивший с 1924 года. Журнал освещал широкий спектр тем, начиная с науки и публицистики, заканчивая спортом и детским художественным творчеством. Кроме того, журнал брал на себя большую ответственность, поскольку помимо публикаций также организовывал работу тимуровских команд и отрядов. Журнал «Вожатый» (с 1924 по 1991) общественно-политического направления, включающий методические материалы по организации работы отрядов, материалы по общественному, трудовому и физическому воспитанию молодежи и многое другое.¹⁴ Общероссийский иллюстрированный журнал литературно-художественного направления, характер и рубрикация журнала обусловлена молодежной аудиторией издания. На наш взгляд, это самое яркое издание советского периода для молодежи. Стоит упомянуть о журналах, аудитория которых по большей части подростково-молодежная:

¹⁴ Журнал «Вожатый» [Электронный ресурс] URL: <https://sites.google.com/site/zurnalysssr/home/vozatyj>

1. «Знание сила» (с 1926). Материалы посвящены широкому кругу тем: «физике, астрономии, космологии, биологии, истории, экономике, философии, психологии, социологии, глобализации»¹⁵.
2. «Костер» (с 1936). Журнал включает огромное количество материалов о литературе, истории, очерки об искусстве, познавательные и юмористические статьи.
3. Серия узконаправленных тематических журналов, ориентированных на средний и старший школьный возраст: «Юные строители», «Юный натуралист», «Юный техник», «Юный художник».

До начала долгого советского периода в Российской Империи не было четкого возрастного определения «молодежные издания», поскольку в силу большого количества необразованного населения главная цель государства была – не столько воспитать новое поколение, сколько увеличить общий уровень грамотности населения. В связи с этим стоит выделить некоторые прецеденты просветительского направления. В частности, журнал «Вестник знания» (с 1903 по 1918 годы), который можно охарактеризовать как «иллюстрированный литературный и научно-популярный журнал с приложениями для самообразования»¹⁶. Также существовали издания, направленные на более узкую аудиторию, но сохранившие главную идею просвещения:

- «Вестник воспитания» (1900) для родителей и воспитателей.¹⁷
- «Звездочка» (1846) – «журнал для детей старшего возраста посвященный благородным воспитанницам институтов его

¹⁵ Журнал «Знание сила» [Электронный ресурс] URL: <https://sites.google.com/site/zurnalysssr/home/znanie-sila>

¹⁶ «Вестник Знания» [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=90227>

¹⁷ «Веник воспитания» [Электронный ресурс] URL: <https://sites.google.com/site/zurnalysssr/rossia/vestnik-vospitania>

Императорского величества, издаваемый Александрю Ишимовою»¹⁸.

- «Пробуждение» (1906) – художественно-литературный и научный журнал, опубликовавший огромное количество произведений известных авторов.¹⁹
- «Знание для всех» (1915). Главная идея журнала – общедоступность. Он предназначен «для самообразования с картинками в красках и иллюстрациями в тексте»²⁰.

Проанализировав данные издания, мы пришли к нескольким выводам относительно рынка молодежной периодики в России.

Прежде всего, наблюдается явное сегментирование рынка между старыми брендами, которые остались с советского периода, и относительно новыми журналами, появившимися в конце XX и начале XXI века. Старые бренды сильно видоизменились и значительно уменьшились в тиражах.

Более того, стоит заметить, что доля молодежных изданий на российском рынке невелика, и, если и появляются новые издания, то они являются, как правило, узкоспециализированными. На наш взгляд, это можно интерпретировать следующим образом: у общества есть потребность в молодежных журналах, но сделать такой журнал для широкой аудитории крайне сложно. Времена крупных тиражей и массово читающей бумажные печатные издания молодежи уже прошли. В связи с этим молодежные издания возникают локально. Обобщим и структурируем выводы:

- рынок российской прессы, ориентированной на молодежную аудиторию, сегментирован, на нем представлены советские бренды, а также современные издания;

¹⁸ «Звездочка» [Электронный ресурс] URL: <https://sites.google.com/site/zurnalysssr/rossia/zveezdocka>

¹⁹ «Пробуждение» [Электронный ресурс] URL: <https://sites.google.com/site/zurnalysssr/rossia/probuzdenie>

²⁰ «Знание для всех» [Электронный ресурс] URL: <http://www.prlib.ru/Lib/pages/item.aspx?itemid=56958>

- сегмент молодежных журналов в России развивается без видимой динамики и, как правило, локально;
- данный период – удачное время для появления нового молодежного журнала.

1.2. Содержательный аспект: обоснование тематики

Категория возраста как повод для возрастной дискриминации

«Возраст (англ. age) – объективная, культурно-исторически изменчивая, хронологически и символически фиксированная характеристика и стадия развития индивида в онтогенезе. Абсолютный (календарный, паспортный, хронологический) возраст датируется в единицах измерения времени (г., мес, дни и т. д.). В науке (психологии) используется условный В., определяемый методом периодизации для структуризации онтогенеза человеческой жизни»²¹.

Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко выделяют следующие возрастные этапы:

- от зачатия до рождения (пренатальный В.);
- младенческий В. (от рождения до 1 г.);
- раннее детство, или ранний В. (1- 3 г.);
- дошкольный В. (3-6/7);
- младший школьный В. (6/7-11/12);
- отрочество, или подростковый В. (11/12-15/17);
- юношеский В. (15/17-19/21);
- молодость (19/21-25/30);
- зрелость (25/30-55/60);
- старость (55/60 и выше).

²¹ Мещеряков Б., Зинченко В. Большой психологический словарь [Электронный ресурс] URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/dict/03.php

Возраст имеет содержательное значение. Возрастной этап определяется психофизическим, мыслительным, эмоциональным, личностным и другими нормативами развития. Кроме того, по мнению Л. С. Выготского важна «социальная ситуация развития» с младенческого возраста до подросткового. Понятие «социальная ситуация развития» было введено Л.С. Выготским и означает характеристику взаимоотношений ребенка с окружающим миром.

Поскольку одной из задач нашей работы является поиск точек соприкосновения между поколениями, то в данном случае очень важным будет понятие «эйджизм». «Эйджизм (англ. ageism) – негативный стереотип в отношении людей к.-л. возрастной категории, но чаще всего подразумевается стереотип пожилого возраста. Вариант эйджеизм»²².

Здесь, в свою очередь, обратим внимание на понятие «стереотипа». Ошибочно полагать, что стереотип носит изначально отрицательную коннотацию. В толковом словаре С. А. Ожегов дает следующее понятие: стереотип – «перен. Прочно сложившийся, постоянный образец чего-н., стандарт (книжн.)»²³.

Лингвистические исследования Н. В. Крючковой, проводимые в 2006 году, подтверждают, что «в современной европейской культуре устойчиво закрепился оценочный континуум «молодость – старость»²⁴. Более того, старость определяется отрицательными коннотациями, а молодость – позитивными. Однако коннотация слова «старость» в разных языках не является исключительно негативной. Так, в немецком языке «alter» связано со словом «eltern» – «родители», английское «ageing» означает как «старение», так и «взросление» (от англ. «age» – «возраст»), на

²² Мещеряков Б., Зинченко В. Большой психологический словарь [Электронный ресурс] URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/dict/26.php

²³ Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс] URL: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=30532>

²⁴ С. 23. Микляева А. В. Возрастная дискриминация как социально-психологический феномен, Монография. СПб, 2009. С. 160.

древнеиндийском «sthirás» – «крепкий», «сильный», с древнеисландского «stórr» – «мужественный, большой».

В социально-психологическом понимании огромное значение имеет отражение возрастных отношений в обыденном сознании. Обыденное сознание в свою очередь основано на повседневном опыте людей, знаниях и стереотипах. Учитывая понятия возрастной стратификации, как системы взаимоотношений между различными возрастными слоями общества, и возрастного символизма, как совокупности представлений об объектах возрастной стратификации, жизненного пути отдельного индивида, мы можем сделать вывод о том, что взаимоотношения возрастных групп нам стоит использовать вертикальный подход с точки зрения доминирования и подчинения. Кроме того, рассмотрение взаимоотношений в нашей работе имеет не межличностный, а межпоколенный смысл.

Итак, мы рассматриваем взаимоотношения между представителями разных возрастных групп и воспринимаем их как вид социальных отношений на межпоколенном уровне.

В таком случае, на наш взгляд, главным акцентом в понимании и анализе социально-психологического аспекта взаимоотношений между возрастными группами будем считать понятие возрастной идентичности. Так как возрастная группа является символическим объединением людей, а не реальным, то мы имеем право утверждать, что именно возрастная идентичность позволяет обозначить возрастную проблематику. Возрастная идентичность – связующее звено – оно объединяет нормы и поведенческие характеристики разных возрастных групп.²⁵

В чем же тогда разница понятий «поколение» и «возрастная группа»? На наш взгляд, ключевые различия этих понятий кроются в определенных

²⁵ С. 26-27. Микляева А. В. Возрастная дискриминация как социально-психологический феномен, Монография. СПб, 2009. С. 160.

социально-исторических событиях. Главные особенности понятия «поколение» заключаются в жизненном опыте, приобретенном благодаря конкретным историческим событиям, особенности понятия «возрастная группа», в свою очередь, носят устойчивый характер, поскольку складываются столетиями. Таким образом, понятия «возрастная группа» и «поколение» имеют весомые различия и совпадают лишь частично.

Именно поэтому главным понятием нашей работы будет «возрастная группа», потому что оно имеет характеристики, которые необходимы для анализа взаимоотношений. Возрастная группа в нашей работе рассматривается в качестве общности, которая сформировалась в ходе культурно-исторических событий, ограниченных определенными временными рамками. Людей объединяют общие исторические факторы, один жизненный этап, а также схожие мнения об устройстве общества в возрастном аспекте, которые в таком случае выступают регуляторами поведения в процессе возрастного взаимодействия. А. В. Брушлинский считает, что целостность субъекта – достаточное основание для системности его психологических качеств²⁶, поэтому в нашем случае субъектом выступает возрастная группа, которую мы будем рассматривать в качестве носителя определенного набора психологических характеристик.

Таким образом, в нашей работе возрастная группа – условно большая группа людей, которой присущ определенный набор социальных ролей и психологических характеристик, она занимает исключительное место в общественной системе отношений, а также представители группы наделены определенными психологическими свойствами.

Кроме того, в нашем случае стоит обратить отдельное внимание на такую возрастную категорию как старость. Рассмотрим значение категории

²⁶Брушлинский А. В. Проблемы психологии субъекта [Электронный ресурс] URL: http://pedlib.ru/Books/6/0381/6_0381-1.shtml

«старость» в разных лингвокультурах, в частности, американской и русской, на трёх уровнях:

1. Уровень системного потенциала. В частности, русская молодежная лингвокультура имеет особое понятие «ветеран Великой Отечественной войны».
2. Уровень субъектного потенциала. Чрезмерная оценочность, ассоциации с приближением конца жизни. Кроме того, русская лингвокультура, помимо негативных ассоциаций, также включает стереотипные мнения, касаемые большого жизненного опыта и приобретенной в результате него мудрости. Для американцев, в свою очередь, старость ассоциируется с увяданием, ухудшением внешнего вида, физических и умственных качеств, также в американской лингвокультуре стереотипы касаются как внешнего облика, так и поведения (медлительность, ворчливость, морщины и прочее).
3. Уровень текстовой реализации. Метафорическая диффузность имеет различные оценочные оттенки. С одной стороны, положительная (мудрость, опыт), с другой, негативная (неадекватность поведения: забывчивость, усталость, дряблость, кроме того, русская лингвокультура также включает ассоциация с одиночеством.²⁷

Отношение к старости является важным фактором в определении человечности как человека, так и общества в целом. Это отношение складывалось исторически, поэтому выделим некоторые этапы и характерные для них стереотипы.

В разные исторические периоды существовало разное отношение к людям престарелого возраста, однако объединяющим фактором для разных народов является восприятие старика как кого-то «инового», «другого». Это

²⁷ С. 8. Фомина Ж. В. Концептосфера «возраст» в русской и американской молодёжных лингвокультурах / автореферат. Волгоград, 2011. С. 11.

отношение подразумевает некую двойственность: в данном случае старик одновременно олицетворяет некоего идола и устаревшую, изношенную вещь. В отношении общества старик, или возвышается до роли праведника, или деградирует до изгоев общества, которые встают в один ряд с нищими. К примеру, трагедии Древней Греции представляют образ старика, которому больше соответствует название старец, поскольку эти герои наделены практически сверхъестественной аурой, являются мудрыми прорицателями, которые имеют огромную базу знаний, в частности, о процессе сотворения мира, его ключевых событиях. В свою очередь, у древних римлян старики являются героями комических произведений, они показаны очень контрастно относительно экономически-политических преимуществ и физической немощью²⁸.

В функциональных отношениях возрастные группы принципиально делились на две категории: молодежь и старейшины. И это фиксировалось в конкретных функциях возрастных групп. Первые осуществляли хозяйственные роли, вторые руководили социальной и хозяйственной работой.

Важным историческим фактом, определяющим отношение к старшему поколению, является наличие «совета старейшин», в руках которого находилась власть. В данном случае отношение к представителям старейшин, как к образцам поведения на эмоциональном и интеллектуальном уровне. Они имеют превосходство, умеют убеждать, являются авторитетом в обществе. Старейшины – интеллектуальная основа общества, которой присущи и высокие моральные принципы, именно эти люди определяют образ мыслей, являются носителями священных традиций.

²⁸ С. 29. Сахарова Т. Н. Эмоционально-нравственная сфера пожилых людей (Опыт психологического исследования). М, 2011. С. 290.

Более того, на сегодняшний день старейшины в качестве института социального управления существуют среди народов Средней Азии и Кавказа. Их, так называемая, «неправомерная» власть, которую характеризуют прагматизм, сдержанность эмоций и радикализм, продолжает привлекать население.

Этнологи выделяют следующие аспекты, определяющие условия жизни представителей старчества, отношение к ним общества (близких родственников): уровень экономического развития, социальная организация, территориальная концентрация. К примеру, в оседлых обществах представители старшего поколения являются символами стабильности их истории и социокультурных ценностей²⁹. Поддержка старших молодыми рассматривается и с точки зрения, так называемой, предупредительной меры, которая заключается в том, что молодые люди желают гарантировать себе уважительное отношение в будущем. Также стоит добавить, что отношение к старости воспитывается с детства и многими факторами определяет систему отношений между поколениями в будущем³⁰.

По мнению Владимира Викторовича Колесова, профессора, доктора филологических наук, древнерусский период характеризуется благоговейным уважением к старшему поколению с точки зрения их положения и достойного возраста. «Согласно летописи в Древней Руси старцы говорили от лица племени, в городе также обычно выступали вперед «старциградстии». Возрастная и социальная характеристики лица в смысловом отношении при этом полностью совпадали»³¹.

Представленные выше прецеденты истории показывают, что отношение к старшему поколению носит неустойчивый характер, однако в

²⁹ Генезис отношения к пожилым людям в обществе [Электронный ресурс] URL: http://studbooks.net/708453/sotsiologiya/genezis_otnosheniya_pozhilym_lyudyam_obschestve

³⁰ Там же.

³¹ С. 166. Шкаев Д. Г. Молодежь современной России: Альтернативы выбора духовных и нравственных убеждений. Сборник статей. М, 2010. С. 264.

большей степени отношение общества к ним является положительным. В связи с этим представителей старшего поколения можно разделить на несколько групп:

1. Совет старейшин и патриарх. Этот тип представителя старшего поколения пользуется уважением и почитанием со стороны общества, поскольку является его авторитетом в морально-этическом и интеллектуальном плане.
2. Старик-пустынный. Этот образ имеет такие характеристики, как мудрость, уединенность. Отстранение от обыденности ведет к «очищению» разума старика.
3. Старец-странник. Стереотипы поведения этого типа включают духовные и физические скитания, их принято считать носителями особого знахарского дара.

Из этих трех групп негативное отношение возможно только к представителям третьей, так как старец-странник может быть либо мудрым проповедником, либо изгоем, приравненным к нищему. В остальных же группах старцы – это люди, которые в силу своего возраста способны производить оценку через призму своего жизненного опыта.

Таким образом, отношение к старости зависит от исторических и культурных факторов, оно формируется под воздействием ряда факторов: социальной стратификации, религиозных традиций, национальных особенностей.

Наукой, изучающей закономерности старения живого организма, в частности человека, называют геронтологией³². Помимо того в нашей работе также важно выделить следующие понятия социальных практик:

³² Национальная психологическая энциклопедия [Электронный ресурс] URL: <http://vocabulary.ru/termin/gerontologija.html>

1. Старость – социокультурная ценность. Представитель старшего поколения представляется как опытный и мудрый человек, мнение которого весомо, общество одобряет наставнические и посреднические функции.³³
2. Геронтофобия – боязнь общения с лицами старческого возраста, в силу прогрессирующей немощности, как физической, так и духовной.³⁴
3. Модели поведения, основанные на смешанных сочетаниях: геронтократия, в данном случае почитание совета старейшин, и отношение негативное к людям старшего поколения, которые не имеют достаточно высокого статуса.³⁵

Французский демограф и социолог Альфред Сови³⁶ утверждает, что геронтофобия «в высшей степени небезопасное»³⁷ явление. По мнению А. Сови, при определенных обстоятельствах представители молодежи могут посчитать людей старческого возраста «балластом» и предлагать идею об их физическом уничтожении. В частности, Вторая Мировая война, к сожалению, доказывает факт преступлений разной степени тяжести в условиях дикого разрушения моральных и нравственных ценностей. И подобные мысли имеют почву в свете происходящих сегодня переломных

³³ Стереотип старости, сформировавшийся в том или ином обществе, является отражением положения старых людей, которые в этом обществе живут [Электронный ресурс] URL: <http://allrefs.net/c12/3jf6k/p23/?full>

³⁴ Медицинские термины [Электронный ресурс] URL: <http://www.neboleem.net/terms-gerontofobija.php>

³⁵ Стереотип старости, сформировавшийся в том или ином обществе, является отражением положения старых людей, которые в этом обществе живут [Электронный ресурс] URL: <http://allrefs.net/c12/3jf6k/p23/?full>

³⁶ Советский философский словарь [Электронный ресурс] URL: <https://www.psyoffice.ru/6-804-sovi-alfred.htm>

³⁷ Там же.

социальных моментов, в особенности характерные для социалистических стран, а также стран бывшего СССР.³⁸

Польский социолог Ян Щепанский считает, что поступки людей по факту делятся на два полюса: первый – сопереживание, желание помочь, второй – безразличие, неспособность почувствовать сострадание. На взгляд социолога, необходимо искоренить негативные обычаи, сломать безразличие, ликвидировать недоброжелательное отношение к людям престарелого возраста.³⁹

Современное отношение молодежи к старшему поколению изменилось в результате ряда факторов, главный из которых – высокая скорость научно-технического развития. С высоким ростом социальных новаций старое знание о старости как о почтенном возрасте, достойном уважения, заменилось на восприятие этого жизненного этапа, как физической деградации, дряхлости, заслуживающей презрения. Именно поэтому многие ученые оценивают современную обстановку в отношении представителей старшего поколения геронтофобической⁴⁰.

Таким образом, специалисты выделяют в среднем около десяти возрастных групп, в нашей работе особое внимание будет уделено четырем: юношество, молодость, зрелость, старость. Предметом изучения является отношение представителей юношества и молодости к людям зрелого и пожилого возраста. Существует несколько точек зрения в изучении данного вопроса, которые отличаются историческим подтекстом и национальными

³⁸ С. 71. Сови А. Общая теория населения / Т. 2, Жизнь населений / пер. с фр. Ф. Р. Окуновой. М, 1977. С. 519.

³⁹ Стереотип старости, сформировавшийся в том или ином обществе, является отражением положения старых людей, которые в этом обществе живут [Электронный ресурс] URL: <http://allrefs.net/c12/3jf6k/p23/?full>

⁴⁰ Стереотип старости в обществе. Проблема «отцов и детей» [Электронный ресурс] URL: <http://www.studfiles.ru/preview/6067784/page:25/>

характеристиками. Главными понятиями нашей работы являются возрастная группа, эйджизм, а также геронтология и геронтофобия.

Причины и последствия возрастной дискриминации

Д. Н. Ушаков определяет понятие «дискриминировать», как «относится по-разному в кому-чему-н. (к разным лицам или предметам из той же категории, создавая неравенство между ними)»⁴¹. Согласно Толковому словарю Т. Ф. Ефремовой, дискриминация – «намеренное ограничение или лишение прав, преимуществ каких-либо лиц, организаций или государств по признакам расы, национальности, государственной принадлежности, имущественного положения, политических или религиозных убеждений и т.п.». По мнению американского социолога Н. Смелзера, «дискриминация – несправедливое обращение с членами групп меньшинств из-за их якобы «дурных» свойств»⁴².

Из указанных выше определений понятия становится ясно, что ключевой момент содержания понятия «дискриминация» кроется во взаимоотношениях социальных групп, основу дискриминации составляют различия между группами. В контексте нашей работы мы можем обозначить дискриминацию, как совокупность проблемных факторов межгрупповых отношений. Введем понятие «аут-групп», как «социальных групп, выступающих объектом соперничества или оппозиции»⁴³.

По мнению Ю. Л. Качанова, Н. А. Шматко, социальная действительность – некая сфера, к которой агент принадлежит всегда, поэтому в нее нельзя «войти» и из нее нельзя «выйти». Социальные группы –

⁴¹ Толковый словарь Ушакова [Электронный ресурс] URL: <http://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=12628>

⁴² Терминологический словарь [Электронный ресурс] URL: http://sceptis.net/library/id_646.html

⁴³ Национальная социологическая энциклопедия [Электронный ресурс] URL: <http://voluntary.ru/termin/aut-gruppa.html>

символические объединения, принцип объединения которых кроется во взаимоотношениях с другими социальными группами. Именно стереотипизация является главным ядром межгрупповых отношений. В таком случае стереотипизация негативной коннотации выступает в качестве главного компонента дискриминации.

Социальный стереотип – «популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей, с точки зрения какого-то легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей» (определение американского ученого Т. Шибутани)⁴⁴. В. С. Агеев считает, что более яркое и враждебное проявление социальные стереотипы приобретают в социально-напряженных случаях между группами. Представители разных социальных групп разделяют стереотипные образы и воспринимают их как примеры в анализе действительности.

Понятие эйджизма или возрастной дискриминации является малоисследованным, найти исследования этого явления в отечественной литературе очень сложно. Само понятие «эйджизм» было введено только в 1969 году директором национального института США Р. Н. Батлером. Он выделил три главных элемента понятия «эйджизм»⁴⁵:

1. Предрассудки о людях престарелого возраста и старости.
2. Дискриминация по отношению к пожилым людям.
3. Институциональная политика, укореняющая стереотипы о пожилых людях.

О недостаточном количестве освещения проблемы эйджизма указывают некоторые юридические документы. В частности, впервые

⁴⁴ Психологическое исследование социальных стереотипов [Электронный ресурс] URL: <http://voppsy.ru/issues/1986/861/861095.htm>

⁴⁵ Психологическая диагностика. Опросник эйджизма [Электронный ресурс] URL: <https://sites.google.com/site/test300m/oe>

проблема дискриминации по возрасту получила огласку в Трудовом кодексе Российской Федерации в 2002 году, в статье 3: «Никто не может быть ограничен в трудовых правах и свободах или получать какие-либо преимущества в зависимости от пола, расы, <...> возраста...»⁴⁶.

М. Бреуэр провела исследование среди представителей американского общества с помощью метода кластерного анализа фотографий и прилагательных, по итогам которого выделила три группы стереотипов о пожилых людях разной направленности:

- государственный деятель пожилого возраста – «авторитетный», «консервативный», «обладает чувством собственного достоинства»;
- бабушка – «старомодная», «заботливая», «чтит традиции»;
- пожилой человек – «одинокий», «слабый», «тревожный»⁴⁷.

Однако стоит обратить внимание и на то, что не все ограничения можно охарактеризовать возрастной дискриминацией. Так, Н. Смелзер говорит о существующей биологической основе, которая обуславливает присвоение принципиально отличающихся друг от друга ролей представителям разных возрастных групп. Это происходит и будет происходить, поскольку в пожилом возрасте развитие возможностей человека происходит регрессивно, в свою очередь, детям необходимо время для развития эмоционального, интеллектуального и физического. В этом вопросе стоит внимательно относиться и различать то, что действительно относится к «объективным возрастно-обусловленным различиям», поскольку обусловлены природными и естественными закономерностями жизни, а что преувеличено и переходит грань в сторону возрастной дискриминации. В

⁴⁶ Трудовой кодекс РФ. Электронный ресурс URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/0d18caafb87d28222d0cb617c21634cc407ee0f5/

⁴⁷ С. 50. Микляева А. В. Возрастная дискриминация как социально-психологический феномен, Монография. СПб, 2009. С. 160.

таким случае стоит четко разграничивать понятия «возрастная дифференциация» и «возрастная дискриминация», поскольку в основе первого понятия лежит особое внимание к естественным возрастным отличиям, а основа второго – неточные стереотипы отрицательной коннотации.

Многие исследователи считают возрастную дискриминацию элементом необходимым для нормального функционирования общества. В частности, З. Фрейд изначально определяет общество как совокупность неравных элементов, в число которых входит и возрастной аспект, именно это и обуславливает конкуренцию между разными возрастными группами.

Существует несколько теоретических обоснований возрастной дискриминации как явления.

1. Теория социальной идентичности.

Одни из главных теоретических оснований возрастной дискриминации – теория социальной идентичности и концепцию самокатегоризации предложили соответственно английский психолог Генри Тэджфел⁴⁸ и Дж. Тернер.

Помимо обоснования важности межгрупповых отношений наравне с межличностными, Тэджфел также утверждает о процессе «деперсонализации», который он трактует как переход с уровня личностной на уровень социальной идентичности. Однако стирание неповторимости личности не происходит, наблюдается превалирование социальной идентичности в ущерб личностной. Таким образом, в межгрупповых

⁴⁸Тэджфел Генри [Электронный ресурс] URL: <http://psi.webzone.ru/st/145500.htm>

отношениях, так или иначе, идет процесс персонификации интересов и установок своей группы.⁴⁹

Основная гипотеза исследования Генри Тэджфела заключается в том, что «привлекательность индивидов, включенных в группу, растет в той степени, в которой они соответствуют прототипу»⁵⁰. У каждой социальной группы априори сформирована самокатегория, имеющая определенные отличительные от других групп характеристики. Групповая сплоченность напрямую зависит от характеристик самокатегории, она растет с деперсонализацией членов группы и соответственно падает в связи с ростом межперсонального притяжения.

В свою очередь Джон Тернер воспринимает межгрупповое поведение не как причину, а как результат самовосприятия. Тогда формирование социальной идентичности происходит непосредственно в процессе самокатегоризации. Тернер выводит следующее понятие социальной группы: «Социальную группу можно представить как собрание индивидов, которые признают социальную категоризацию себя и действуют на ее основе»⁵¹. Поэтому исследователь приходит к выводу, что социальной категоризации более чем достаточно для формирования группы и, возможно, возникшего в ней дискриминационного отношения.⁵²

Хаммерт с соавторами выявили факт, который ярко показывает отношение к представителям старшего поколения. Респондентам показывали снимки, включающие изображения пожилых людей, и просили испытуемых охарактеризовать увиденные личности. По результатам исследования было отмечено, что люди пожилого возраста получили значительно меньше

⁴⁹ Теория социальной идентичности Теджфела Тернера [Электронный ресурс] URL: <http://www.iskhakov.narod.ru/tedter.html>

⁵⁰ Там же.

⁵¹ Социально-психологическая теория Джона Тернера [Электронный ресурс] URL: <http://psychological.ru/default.aspx?s=0&p=27&a1=695&o1=0&s1=0&p1=4>

⁵² Там же.

положительных черт. Кроме того, выяснилось, что скрытые ассоциации, связанные со старостью и пожилыми, как правило, менее позитивны, чем высказываемые вслух.⁵³

Важно отметить противоречие между отрицательным отношением общества к старшему поколению и чувством гордости у того же самого общества за увеличение продолжительности жизни в силу улучшения социальных условий жизни и прогрессом медицины. Поэтому если долголетие является весомым достижением человеческой цивилизации, а также социального и научного прогресса, то люди преклонного возраста в этом случае будут являться носителями знаний и опыта, а не обуза общества.⁵⁴

2. Теория социальной роли.

Эта теория является своеобразным дополнением теории социальной идентичности. Основу возрастной дискриминации составляет совокупность статусов и ролей, типичных для представителей данной возрастной группы⁵⁵.

В статье журнала «Stereotypes and stereotyping» в 1996 году была опубликована статья «Оценка точности стереотипа: выводы для понимания процесса стереотипирования» авторов К. С. Раян, Б. Парк и К. М. Джуд. В данной статье исследователи утверждают, что возрастные группы, как правило, воспринимаются на разных уровнях классификации. В частности, такие группы как «взрослые люди» и «пожилые люди» относятся к глобальному уровню классификации. Этот уровень уместен в ситуации, когда ограничен опыт взаимодействия с представителями данной группы, поэтому складывается не дифференцированное и чрезмерно

⁵³ С. 112. Ильин Е. П. Психология взросления. СПб, 2012. С. 469.

⁵⁴ Характеристика старческого возраста [Электронный ресурс] URL: <https://rutlib.com/book/25920/p/14>

⁵⁵ С. 49. Микляева А. В. Возрастная дискриминация как социально-психологический феномен, Монография. СПб, 2009. С. 160.

стереотипизированное представление об этой группе.⁵⁶ Но в случае, если человек черпает информацию, не соответствующую общему стереотипу, то в сознании личности этот образ распадается на подгруппы, которые усиливают потенциал стереотипных представлений. К примеру, такие подгруппы как «работающий пенсионер» или «пожилой инвалид» защищают человека от необходимости неудобную информацию объединять в сложившийся стереотип.⁵⁷

Опыт социальной психологии и социологии наглядно показывает, что объектом дискриминации могут выступать типичные представители разных возрастных групп. Однако для нашего исследования возрастная дискриминация применима исключительно при возникновении проблем, связанных с проблемами пожилых людей.

Многочисленные социологические исследования доказывают, что возрастной дискриминации подвержены не только пожилые, но и молодые люди. Западные психологи активно используют термин – adultism («взросничество»), которые означает «предрасположение к взрослым в противовес детям, молодежи, и всех молодых людей, к которым не относятся как ко взрослым»⁵⁸. Представитель российской социологической школы кандидат философских наук Н. В. Поправко утверждает, что молодежь, как правило, определяет себя как своеобразную социальную группу, и старается как можно скорее включиться в категорию взрослых, в свою очередь, пожилые люди стремятся оставаться взрослыми как можно дольше. Эти

⁵⁶ Definition and assessment of accuracy in social stereotypes [Электронный ресурс] URL: <https://scholar.google.com/citations?user=uhAQq14AAAAJ&hl=ru>

⁵⁷ Когнитивные модели изменения стереотипа: Восприятие однородных и гетерогенных групп [Электронный ресурс] URL: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ejsp.2420220304/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=onlinelibrary.wiley.com&purchase_site_license=LICENSE_DENIED_NO_CUSTOMER

⁵⁸ Психология человека в современном мире / под ред. А. Л. Журавлев, В. А. Барабанщиков, М. И. Воловикова / Т. 1. М. 2009.

факты доказывают особую социальную ценность категории взрослого человека⁵⁹.

Таким образом, под возрастную дискриминацию попадают в большей степени молодые и пожилые. Стоит отметить, что огромное количество зарубежных исследований подтверждают факт того, что молодые люди значительно легче переносят факты возрастной дискриминации, в отличие от представителей группы пожилых. Теория социальной идентичности доказывает социальную потребность человека достичь и как можно дольше сохранить статус взрослого человека. Однако принципиально отличается прохождение границы взрослой группы: для представителей молодежи движение к этой группе последовательно и неизбежно, а для пожилых подобное движение невозможно, поскольку эта категория уже в прошлом. В исследовании Н. В. Поправко самая недискриминируемая группа являются люди в возрасте от 20 до 40 лет. Именно это является одним из критериев выбора возрастной категории редакции и героев материалов. Возраст целевой аудитории нашего издания варьируется от 16 до 27, в связи с этим стоит отметить, что родители этих людей находятся в возрасте 40+.

Итогом теоретического анализа явления возрастной дискриминации в контексте социально-психологической проблематики является эйджизм, который реализуется на этапе межличностного взаимодействия. Его основу составляют возрастные стереотипы негативного характера. Именно поэтому особое внимание стоит уделить исследованию негативных возрастных стереотипов как ключевого аспекта понятия эйджизм.

⁵⁹С. 24. Поправко Н. В. Ценностные параметры жизненных стратегий и жизненных планов молодежи Томского региона // Альманах. Томск, 2001. С. 59.

Исследования возрастных стереотипов как ядра возрастной дискриминации

Отечественные и зарубежные исследования возрастных стереотипов. Для начала стоит разобраться с определением понятия «возрастные стереотипы», а после выявить их наличие в изучаемой нами сфере. В зарубежном опыте возрастными стереотипами считаются схемы, используемые людьми в процессах обработки социальной информации⁶⁰, т.е. в процессе анализа и упрощения информации, а также при прогнозе поведения собеседника. Стереотипы представляют собой ассоциации, возникающие при анализе поведения и признаками личности.⁶¹ Также стоит добавить, что зарубежные исследования считают важным аспектом стереотипизации эмоциональную составляющую, которая напрямую зависит от позитивной или негативной модальности. Кроме того, теория социальной идентичности, как было сказано ранее, утверждает, что социальные стереотипы – основа социальной идентификации личности является личностной ассимиляцией их содержания.

Отечественные ученые в свою очередь акцентируют внимание при исследовании возрастных стереотипов на социальных источниках, анализируют их значение для более результативной социализации личности. Советский и российский социолог И. С. Кон определил возрастные стереотипы в условиях представленного подхода как черты, приписываемые культурой представителям определенного возраста, эти черты выступают в качестве принятой нормы⁶². Кандидат философских наук Е. Н. Мухранова трактует возрастные стереотипы как части дискурса возраста, который, в свою очередь, упорядочивает аспекты разных форм знаний (педагогической, юридической, исторической и прочих), а также структурирует отношения,

⁶⁰С. 5. Cantor N., Mischel W. Social intelligence and personality. 1979. С. 26.

⁶¹ Moderating effects of personal and contextual factors in age discrimination [Электронный ресурс] URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9019121>

⁶² С. 96. Кон И. С. Ребенок и общество. М, 1988. С. 336.

находящиеся на уровне повседневного восприятия людей одинакового и разного возраста⁶³.

Делая вывод из двух вышеуказанных подходов разных школ, стоит отметить их разноуровневый анализ социальной действительности. В частности, межгрупповое (межвозрастное) взаимодействие способствует регулированию межличностного общения, а также оно неотделимо от социокультурного контекста, заложенного традицией.

Возрастные стереотипы в нашей работе понимаются как социальные стереотипы устойчивого характера, основой которых являются содержательные и оценочные характеристики, как собственной возрастной группы, так и представителей другой. Формирование возрастных стереотипов происходит в течение процесса анализа возрастных групп в контексте возрастной стратификации. Поэтому функции возрастных стереотипов необходимо характеризовать на разных уровнях взаимодействия. Во-первых, уровень социальных отношений рассматривает возрастные стереотипы как важную составляющую реальности возрастной стратификации общества. В данном случае ее можно охарактеризовать «естественной», поскольку сложившиеся отношения задают «систему ориентиров для возрастной идентификации людей»⁶⁴. Во-вторых, уровень межличностного взаимодействия упрощает процесс анализа и оценки представителя другой возрастной группы, а, кроме того, формирует устойчивые возрастные идентификации, и характеристики противопоставления по отношению собственной возрастной группы к другим.

⁶³ С. 14. Мухранова Е. Н. Возраст как феномен культуры: Автореферат дис. СПб, 2006. С. 22.

⁶⁴ С. 61. Микляева А. В. Возрастная дискриминация как социально-психологический феномен, Монография. СПб, 2009. С. 160.

Описание проведенного исследования. Способом проведения нашего исследования был выбран социологический опрос, поскольку «применяется в исследовании таких явлений и процессов, которые малодоступны непосредственному наблюдению»⁶⁵. Главным обоснованием для проведения исследования является обозначение проблемы: «Проблема исследования является исходным пунктом всякого исследования»⁶⁶.

В контексте нашей работы необходимо выявить наличие или отсутствие возрастных стереотипов негативного характера, существующих в сознании молодежи о представителях старшего поколения. Существует ли возрастная дискриминация в современном обществе? И какие именно негативные стереотипы лежат в ее основе?

Возраст аудитории нашего издания определяется довольно широким диапазоном от 16 до 27 лет. Группа опрашиваемых подбиралась в соответствии с российским уровнем медиапотребления: географическим признаком, различным уровнем образования и восприятия. В связи с этим охарактеризуем три социальных портрета респондентов или будущих читателей.

1. От 16 до 18. Ученик 10-11 класса, скорее всего хорошист или отличник, активный участник школьных и внеклассных мероприятий. Он интересуется такими предметами как география, история, МХК (мировая художественная культура), литература или искусство. Кроме того, школьника волнуют вопросы самоопределения, психологии, отношения с родителями.
2. От 18 до 23. Студент высшего учебного заведения как гуманитарных, так и технических наук. В данном случае

⁶⁵ С. 7. Коннова Г. А. Как провести социологическое исследование. Ульяновск, 2013. С. 29.

⁶⁶ С. 14. Тавокин Е. П., Основы методики социологического исследования: учеб. пособие. М, 2009. С. 239.

направление образование и активность в студенческой и внестуденческой жизни не столь важно, сколько важна сфера интересов. Он любит путешествовать, читать статьи исторического, культурного и психологического характера, личные истории людей, фоторепортажи.

3. От 23 до 27. Рабочая молодежь, которая закончила вуз или заканчивает учиться, которые любят читать, путешествовать, посещать культурные мероприятия, их волнуют вопросы истории и некоторые темы психологии.

В зарубежной школе анкетирования количество респондентов социологических исследований делится на три уровня валидности:

1. До 6 респондентов. Выборка низкой степени валидности показывает наличие проблемы и позволяет ее сформулировать.
2. От 6 до 10. Выборка средней степени валидности допускает проведение исследования и выявление некой типологии в проблеме.
3. От 20 до 60. Выборка высокой валидности дает право на научную новизну, поскольку характерно для большинства людей.

Отечественная школа анкетирования не имеет понятия претест, в связи с этим минимальное количество респондентов социологического исследования начинается с 25 человек.

В качестве ведущего сервиса проведения опроса был использован сервис google формы. Условия проведения опроса заключались в том, чтобы респонденты отвечали на вопросы в удобной обстановке с компьютера или телефона.

Перед проведением исследований нами были обозначены следующие задачи, для первого и второго исследования соответственно:

1. Выявить наличие или отсутствие негативных стереотипов о пожилых людях среди молодежи в возрасте от 16 до 27 лет.
2. При условии выявления стереотипов, выделить их направление и категории, определить с какими конкретно стереотипами мы встретились.
3. Обозначить сферы интересов, а также определить основные критерии визуального вкуса молодежи в возрасте от 16 до 27 лет, для того чтобы учесть их при разработке нашего проекта.

Нами было проведено два исследования: пилотажное и основное. В первом (пилотажном) мы рассматривали отношение молодежи к старшему поколению и методом контент-анализа выявляли конкретные стереотипы о старшем поколении, как следствие наличие или отсутствие возрастной дискриминации (эйджизма).⁶⁷ В опросе приняло участие 125 человек в возрасте от 16 до 27 лет, основой анализа стали три вопроса с открытым ответом:

1. Вопрос общего характера.
2. Вопрос, моделирующий ситуацию, разрешение которой не зависит от респондента.
3. Вопрос, моделирующий ситуацию, разрешение которой напрямую зависит от респондента.

Вопрос 1. Сможет ли человек пенсионного возраста, на ваш взгляд, освоить смартфон? В течение какого времени и на сколько процентов?⁶⁸

Данный вопрос носит общий характер, здесь не формируется ситуация взаимодействия респондента и объекта исследования, а просто проясняется его мнение о когнитивных качествах пожилого человека.

⁶⁷ Приложение 1.

⁶⁸ Приложение 2.

Респонденты использовали похожие комментарии при ответе на вопрос. На их взгляд, скорость освоения смартфона напрямую зависит от некоторых причин. Мы распределили их на три группы по частоте употребления (начиная с часто употребляемых, заканчивая мало употребляемыми).

1. Мотивация/желание.
2. Усидчивость и помощь внуков.
3. Свободное время.

Кроме того, стоит отметить, что среди 47 человек, которые утверждают, что освоить смартфон люди пенсионного возраста вполне смогут больше чем на 50 %, определяют временные рамки следующим образом: указано в Приложение 3.

Таким образом, большинство респондентов считают, что хорошо освоить смартфон человек пожилого возраста сможет минимум через несколько месяцев, и только малая часть опрошенных считает, что пожилым людям под силу сделать это в течение пары недель.

Вопрос 2. Как Вы отнесетесь к тому, что вашему новому коллеге больше 50-ти лет: положительно, нейтрально или отрицательно? Почему?⁶⁹

В этом вопросе респондент не является субъектом, который принимает решение о внедрении объекта. То есть человека пожилого возраста на работу принимает начальник, и респондент, в свою очередь, не может каким-то образом на это повлиять. В связи с этим большее количество респондентов заняли нейтралитет.

Тем самым, можно сделать вывод о том, что в ситуациях вынужденного взаимодействия большинство молодых людей не будут принимать сторону выраженного негатива.

⁶⁹ Приложение 4.

Вопрос 3. Вы пришли в банк, где два консультанта. Других клиентов, кроме Вас, нет. Первый консультант в возрасте 20-25 лет, второму около 60-ти. К кому из них Вы пойдете? Почему?⁷⁰

Принятие решения в этой ситуации напрямую зависит от респондента. Стоит выделить некоторое количество комментариев, которые респонденты оставляли при ответе. Большее количество отвечающих выбрали первого (молодого) консультанта, при этом они отмечали его преимущества. К ним относятся:

1. Мобильность и коммуникация.
2. Пластичность ума и большая компетентность.
3. Активность и стрессоустойчивость.

По мнению респондентов, второй консультант (пенсионного возраста) обладает замедленностью действий, меньшей осведомленностью в профессии, а также молодым людям сложнее коммуницировать с человеком такого возраста. В свою очередь, респонденты, выбравшие второго консультанта, отмечают такие его достоинства, как опыт и мудрость. Но по количеству их значительно меньше, чем тех, кто выбрал первого респондента или же занял нейтралитет.

Результаты исследования показали неоднозначное отношение молодежи к представителям старшего поколения. С одной стороны, явной дискриминации нет, но имеющиеся негативные стереотипы явно создают коммуникативный барьер между представителями разных поколений. Следовательно, в ситуации отсутствия выбора партнера по взаимодействию респонденты в основном не выражали явного недовольства (как и радости) от необходимости работать с пенсионером.

В то же время нами было выявлено, что в равных ситуациях для респондентов молодой человек по некоторым параметрам будет принципиально лучше работника пенсионного возраста. И в вопросе выбора

⁷⁰ Приложение 5.

взаимодействия со сверстником или же с представителем старшего поколения, где выбор зависит исключительно от респондента, они предполагают, что «пожилой консультант может допустить ошибку по старости в документах», а также, по мнению молодежи, «пожилые люди – хотят и любят общаться. Да и в целом, приятнее общаться и проводить рабочее время со сверстниками. А с пожилыми – ну нет...».

Проведенное пилотажное исследование подтвердило наличие негативных стереотипов в сознании молодежи по отношению к представителям старшего поколения, что подчеркивает актуальность нашего исследования.

Основное исследование направлено на выявление интересов и визуальных привычек аудитории⁷¹. В опросе участвовало 234 респондента. Они высказали свои предпочтения по двум принципиально важным для нас моментам:

1. из предложенных 24 примеров разворотов респонденты выбрали понравившиеся;
2. из 27 предложенных тем, респонденты выбрали те, которые интересуют их в большей степени.

По итогам контент-анализа мы выделили пять постоянных рубрик журнала: фото, путешествия, история, культура, психология. А также определили достаточно противоречивые критерии визуального вкуса: большие качественные снимки, минимализм в сочетании с интересными способами подачи текстовой информации, декоративные, контрастные и рубленые шрифты, графические иллюстрации и инфографические вставки.

По нашему мнению, грамотно проработанная политика культурно-образовательного журнала, внешний вид которого направлен на продуктивное восприятие помещенной в него информации, позволит преодолеть молодежи существующие стереотипы о людях старшего

⁷¹ Приложение 6.

поколения. Что, в свою очередь, впоследствии поможет улучшить коммуникацию между представителями разных поколений и, возможно, благодаря нашему проекту, проблема отцов и детей найдет частичное решение в таком нестандартном современном ключе.

ГЛАВА 2. ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЖУРНАЛА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

2.1. Типографика как основа графической составляющей журнала

Российский графический дизайнер и искусствовед Владимир Кричевский, речь о котором заходила раньше, делит профессию дизайнера полиграфии на два подвида: дизайнер-график и дизайнер-сочинитель. Дизайнер-график разрабатывает графическую форму материалу, «решает тонкие композиционные, ритмические, цвето-фактурные, а значит, и стилистические задачи»⁷². Дизайнер-сочинитель работает над смыслом, развивает идею и «с разным успехом входит в область зрительных иносказаний»⁷³.

Проектируя печатное издание, необходимо принять во внимание и психологические особенности восприятия материала. Учитывать индивидуальные особенности считывания информации каждого человека невозможно, однако общие психологические черты восприятия текста просто необходимо. Главное из них – процесс чтения. Человек не вчитывается в каждое слово, а воспринимает его в целом, по начертанию. Это необходимо учитывать при выборе количества колонок и размера шрифта.

При распределении материалов на полосе необходимо также учитывать восприятие полосы. Читатель автоматически просматривает полосу, начиная с верхнего левого угла по диагонали до нижнего правого, затем влево и вверх по диагонали. Учитывая эту особенность восприятия, следует располагать материалы по мере их значимости и актуальности.

Стиль верстки характеризует издание, определяет его основную функцию – развлекательную, просветительскую, информационную, досуговую или воспитательную. Индивидуальность внешнего облика

⁷² С. 50. В. Кричевский «Идеальный дизайн». М, 2012. С. 64.

⁷³ С. 50. В. Кричевский «Идеальный дизайн». М, 2012. С. 64.

печатного издания определяет огромное количество факторов, главные из которых – стабильность формы подачи материалов. К ним относятся количество колонок, подбор гарнитур: определенные шрифты заголовков, лида, основного текста, подписей к иллюстрациям, колонтитулы, оформление цитат (врезки). К примеру, если в газете существует определенная рубрика «В этот день...», которая традиционно включает от трёх до пяти небольших заметок о событиях, происходивших в этот день, и оформляется в виде таблицы, то подобное оформление будет сохраняться из номера в номер. Читатель запоминает рубрику, привыкает к такому оформлению, газета для него становится предметом каждого дня, в связи с этим он обязан быть удобным и интересным.

Верстка макетов печатных изданий – тщательно продуманное и гармоничное соединение текста с визуальными элементами.⁷⁴ Цель верстки – грамотно распределить материалы на полосе, сочетая их, избегая противоречий, выделяя основное.⁷⁵ Мастерство верстальщика определяется по степени цельности издания: это не только расположение иллюстраций и текста, но и подбор шрифта, размеров отступов и пр.

Правила распределения материалов на полосе⁷⁶:

1. Пропорция

Все виды изобразительного искусства преклоняются перед понятием пропорции. Говоря о пропорциях, мы имеем в виду расположение всех элементов на печатной полосе. Верстка тому не исключение, поскольку здесь также действуют их законы. Пропорции для печатного издания являются постоянной величиной – малейшее её изменение лишает целостности объекта в целом. Так, выбранная изданием пропорция будет сохраняться

⁷⁴Дизайн и верстка [Электронный ресурс] URL: <http://aspectrum.ru/uslugi/dizajn-i-verstka.html>

⁷⁵Композиция газетной полосы [Электронный ресурс] URL: <http://compuart.ru/article/16440>

⁷⁶С. 28. Цыпленков К. Лицо газеты. М, 1963. С. 159.

всегда, так как незначительное изменение полей лишит изящества и гармоничности все полосы.

2. Зрительная иллюзия

Понятие зрительной иллюзии возникло после исследований физиологических особенностей зрительного восприятия человека. В частности, платье с вертикальными полосками зрительно кажется длиннее, в то же время платье в горизонтальную полоску будет казаться шире и короче. Белый круг на чёрном фоне будет казаться больше чёрного круга на белом фоне. Эти знания крайне важно учитывать при сочетании материалов и изображений.

3. Контраст

Этот приём также является важным психологическим элементом и проявляется абсолютно во всём: шрифтах, цветах, формах. Правильное использование контраста ведет к сосредоточению внимания читателя на главном. Психологи выделяют следующую классификацию внимания: активное и пассивное⁷⁷. Первым начинает действовать пассивное (непроизвольное) внимание, которое затем перерастает в активное (произвольное)⁷⁸. Листая газету, один читатель останавливается на материале с изображениями велосипедистов, второго привлечёт крупный заголовок: «Стоять, бояться!» Интерес к различным темам обусловлен, прежде всего, тематикой: материал на общественную тему прочитает большее количество людей, нежели на узко научную. Но дело не только в тематике материала, но и в способе его подачи. В связи с этим дизайнеру необходимо играть контрастом и использовать его в целях активизации внимания. «Полоса строится на контрастах: текстовые материалы соседствуют с иллюстрационными, которые, в свою очередь, распадаются на штриховые и

⁷⁷ С. 33. Жмуров В. А. Психопатология. С. 218.

⁷⁸ С. 34. Цыпленков К. Лицо газеты. М, 1963. С. 159.

тоновые <...>⁷⁹». Однако контрастами не стоит злоупотреблять, поскольку они могут нарушить пропорции, равновесие и ритм печатной полосы.

4. Закон равновесия

Закон равновесия – закон мирного сожительства отдельных частей полосы и всех полос в номере⁸⁰. Смысл закона заключается в следующем: размер заголовка должен соотноситься с размером материала, размер картинки с размером полосы и материала.

5. Симметрия или асимметрия

Абсолютная симметрия уже давно перестала быть примером качественной верстки. Зеркальное отражение одной части полосы другой (вертикальное, горизонтальное или диагональное) выглядит неестественно, статично и скучно. Как правило, в таком случае приходится урезать материалы журналистов, загоняя их в рамки идеальной симметрии.

Ассиметричная верстка позволяет размещать материалы в зависимости от их значимости, а также помогает «усилить или заглушить их звучание»⁸¹. Некоторые источники говорят об уместности симметрии или асимметрии. В частности, большее количество газетных полос строится на асимметричной верстке, но в случаях верстки целевых полос или праздничных номеров симметричная верстка будет кстати.⁸² Если говорить о симметрии или асимметрии конкретно текстовых элементов, то стоит добавить, что важно не нарушить асимметрию симметричным титулом или другими текстовыми элементами, необходимо оценивать композицию страницы в целом.

6. Выгодные места на полосе

⁷⁹ Эстетика печатной полосы и современное состояние газетного дизайна [Электронный ресурс] URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=422&level1=main&level2=articles>

⁸⁰ С. 33. Цыпленков К. Лицо газеты. М, 1963. С. 159.

⁸¹ С. 43. Цыпленков К. Лицо газеты, М, 1963. С. 159.

⁸² С. 46. Реснянская Л. Л., Фомичева И. Д. Газета для всей России. М, 1999. С. 232.

«В результате психологических наблюдений установлено, что большее внимание привлекает верхняя правая часть полосы, затем левая, потом – правая нижняя и, наконец, нижняя левая часть»⁸³. Результаты исследований психологов показывают, что человек изначально не сосредотачивает внимание на каком-то конкретном материале, после первой страницы переходит на четвёртую, а затем на третью и вторую. Этот факт, безусловно, стоит учитывать, но при этом не нужно забывать, что читатель привыкает к постоянным разделам и зачастую просматривает только то, что его интересует.

7. Шрифт

«Первый шаг на пути к хорошему журналу – выбор хорошего шрифта»⁸⁴. Всемирно известный типограф и дизайнер, Ян Чихольд говорит об удобочитаемости, как о высшем принципе наборного искусства.⁸⁵ Шрифт играет немаловажную роль в верстке. При выборе шрифта, как правило, обращают внимание на две его основные особенности: экономия места и лёгкость чтения.

Прописные буквы всегда выглядят чересчур кричащими. Текст, написанный прописными буквами даже при большом интерлиньяже воспринимать тяжело: слова и строчки сливаются. Поэтому его чаще всего используют для заголовков или названий рубрик.

К выбору начертания и насыщенности тоже стоит подходить с большой ответственностью. Курсивное начертание отличается изящностью, близко к рукописным шрифтам, но большой текст, набранный курсивом, читать нелегко, лучше его использовать для врезок или оформления цитат. Также внимательно стоит относиться и к насыщенности: её принято использовать

⁸³ С. 42. Цыпленков К. Лицо газеты М, 1963. С. 159

⁸⁴ С. 209. Чихольд Я. Новая типографика. М, 2011. С. 242.

⁸⁵ С. 13. Чихольд Я. Новая Типографика. М, 2011. С. 242.

для выделения каких-то отрезков текста, концентрируя внимание на важной информации.

Легкость чтения текстов зависит от размера, четкости и начертания букв. При выборе шрифта необходимо учитывать интерлиньяж, кернинг и трекинг. Чем проще шрифт, тем легче его воспринимать – утомляемость читателя уменьшается.

Кроме того, необходимо соотносить размер колонки и размер шрифта. Шрифт большого кегля в узкой колонке выглядит комично – будто формат умаляет достоинство текста⁸⁶. Также отдельное внимание стоит обращать на пробелы и междустрочный пробел, а точнее их сочетание. В частности, «Широкие пробелы подчеркивают линейность строк и тем самым в некоторой степени уменьшают пестроту набора»⁸⁷. Выбирать же пробелы стоит, исходя из начертания, а также длины строки, т.е. количества букв в строке. Что касается междустрочных пробелов, то сформулировать общеупотребительные правила для их определения крайне сложно в силу разных особенностей рисованных шрифтов, поэтому междустрочный пробел подбирается индивидуально.⁸⁸

Выделяют четыре вида заголовков⁸⁹: рубрика, шапка, заголовок, подзаголовок и четыре стиля: разбивки, заголовки в несколько колонок, многострочные заголовки, крупнокегельный врез и строка с именем автора⁹⁰. Подбирать заголовки нужно опираясь на шрифт основного текста. Как правило, заголовки отличаются не только большим кеглем, но и цветом, начертанием и насыщенностью. Я. Чихольд советует в журналах выбирать выключку заголовков текстов по левому краю, что касается шрифта, то

⁸⁶С. 52. Цыпленков К. Лицо газеты М, 1963. С. 159.

⁸⁷С. 158. Чихольд Я. Облик книги. М, 1999. С. 242.

⁸⁸С. 161. Чихольд Я. Облик книги. М, 1999. С. 242.

⁸⁹С. 56. Цыпленков К. Лицо газеты. М, 1963. С. 159.

⁹⁰С. 142. Фрост К. Дизайн газет и журналов. М, 2008. С. 232.

предпочтительнее выбрать жирный или полужирный гротеск, чтобы он «сильно контрастировал бы с основным шрифтом»⁹¹.

Подводя итог всему вышесказанному, сложно выделить самый важный элемент оформления печатного издания и самый незначительный, на который можно было бы закрыть глаза. Все элементы одинаково важны: от колонтитула, до заголовочного комплекса, поскольку цельность и гармоничность издания складывается из каждого, даже самого маленького по масштабу элемента. Цитируемый ранее Я. Чихольд считает, что хорошее оформление – высокое логическое искусство «и от всех прочих искусств оно отличается степенью логики, понятной даже неискушенному человеку»⁹².

2.2. Иллюстрация как часть визуального комплекса

Отдельного рассмотрения требуют иллюстрации печатного издания. По мнению Владимира Кричевского, в качестве выразительных средств оформления полосы картинки и текст равноправны. «Картинки сочиняют, словесный текст оформляют»⁹³. Иллюстрация выполняет несколько функций: информационную, развлекательную, психологическую. Но главным образом иллюстрация призвана не украшать полосу, а информировать читателя, акцентировать его внимание – она несет глубокую смысловую нагрузку. Иллюстрации, как правило, занимают немало места на полосе, в связи с этим, выбирая изображение, нужно обращать внимание на несколько основополагающих факторов: глубокое содержание снимка, запоминаемость и высокое качество.

⁹¹ С. 209. Чихольд Я. Новая типографика. М, 2011. С. 242.

⁹² С. 15. Чихольд Я. Облик книги. М, 1999. С. 242.

⁹³ С. 51. В. Кричевский. Идеальный дизайн. М, 2012. С. 64.

Иллюстрации к текстам в печатном издании используют с глубокой древности. Иоганн Гуттенберг разработал печатный станок и добавлял к тексту рисунки, приготовленные на специальных деревянных дощечках.⁹⁴

Развитие печати и увеличение количества периодических изданий обусловило становление иллюстрации как важнейшего элемента оформления печатных полос. Иллюстрации присущ ряд функций:

- Формирование образа издания.
- Активизация внимания читателя.
- Разрядка текста.
- Конкретика и пояснение.

Иллюстрации включают в себя: карикатуры, фотографии, комиксы, картины, графические и художественные изображения, шаржи, чертежи, схемы, карты, диаграммы и т.п.

Иллюстрации можно также классифицировать по нескольким следующим направлениям. Во-первых, по связи с текстом иллюстрация может:

- выступать предметом изучения;
- сопровождать текст;
- расширять информацию.⁹⁵

Во-вторых, по способу подготовки иллюстрации могут быть:

- оригинальными (исключительно для данного издания);
- заимствованными (из других изданий);
- документальными (исторически значимые)⁹⁶.

⁹⁴ Изобретение книгопечатания [Электронный ресурс] URL: <http://printservice.pro/izobretenie-knigopechatinija>

⁹⁵ Виды иллюстраций [Электронный ресурс] URL: http://www.xliby.ru/tehnicheskie_nauki/tehnologija_redakcionno_izdatelskogo_processa/p8.php

Если иллюстрация относится к первой группе вышеперечисленной классификации, т.е. подготовлен специально для журналистского материала, то он, как правило, показывает также и отношение автора к проблеме: его эмоции, образное видение, желание утвердить определенную позицию.

Большую роль играет эмоциональный аспект иллюстрации. К примеру, карикатуре и шаржу характерно искажение действительности: отображение сути события через призму ассоциаций и чувств, целенаправленно преувеличивая определенные черты. Иллюстрация в определенный момент разделилась на две области: фотография и рисованная картинка. Фотография составила весомую конкуренцию рисованной картинке.

Иллюстрация – незаменимый элемент газетной и журнальной полосы. Для печатного издания характерно использование различного рода иллюстраций, самыми популярными из них являются фотографии.

2.3. Фотография как главный элемент визуального контента печатного СМИ

«В фотографии скрещиваются многие из затрагиваемых актуальной мыслью сюжетов: поиск подлинности в ситуации ее тотальной неопознаваемости; время, текущее с такой скоростью, что события уже не оставляют следов; пространство, которое более не измеряется понятными человеку усилиями – стертыми башмаками или днями пути всадника»⁹⁷.

Фотография – особая визуальная форма, состоящая из нескольких компонентов: визуальной формы, передающей определенную информацию, и атмосферы, которая способна «зацепить» читателя.

⁹⁶ Функции иллюстраций в изданиях и их редактирование [Электронный ресурс] URL: http://knowledge.allbest.ru/journalism/2c0a65625b2ac69b5c53a88521216c26_0.html

⁹⁷ С.4. Савчук В. В. Философия фотографии. СПб, 2005. С. 256.

Главная функция фотографии – это способность запечатлеть те уникальные события, которые происходят мгновенно и остаются в прошлом. Только благодаря фотокамере эти события не пропадают в небытие, а остаются в памяти. «Где-то реальные люди убивают себя или других реальных людей, а фотограф стоит позади своей камеры и создает крохотный элемент иного мира, мира изображений, обещающего всех нас пережить»⁹⁸. Советский кинорежиссер Дзига Ветров в фильме «Человек с киноаппаратом» определяет фотографа как человека, который стремительно двигается сквозь призму разрозненных событий, и фотографирование в данном случае – акт невмешательства.

Американская писательница, режиссер театра и кино Сьюзен Сонтаг считала, что фотозависимость является способностью превратить опыт в способ видения.⁹⁹ Фотокамера – посредник, позволяющий заглянуть и запечатлеть ту реальность, в которую фотографу не хочется верить: насилие, смерть, болезнь, преступность и т.п. Однако, с другой стороны, снимки – это отражение того прекрасного, что открылось фотографу.

На сегодняшний день без фотографии не обходится практически не одна сфера деятельности человека: она используется в журналистике, науке, искусстве, а также в обыденной жизни. Использование фотографии в каждой сфере обусловлена определенными целями. В связи с этим и установки снимков имеют соответственные отличия. В частности, художественный снимок относится к искусству, изображает компоненты, передающие зрителю особые эмоции. Именно поэтому функция художественной фотографии – эстетическое воздействие на человека. Однако, к примеру, фотография в научной сфере способна запечатлеть невидимый

⁹⁸ Электронный ресурс URL: <http://artguide.com/posts/265-s-iuzien-sontagh-o-fotoghrafii-m-ad-marginem-2012-295>

⁹⁹ С. 40. Сонтаг С. О фотографии / пер. с англ. В. Голышева. М, 2014. С. 272.

человеческому глазу объект, а в журналистике снимок создает общественный диалог, стремится к объективному изображению событий.

Мы же рассматриваем фотоснимки исключительно в журналистике. Главное правило хорошей фотографии – она должна стоять заменяемого ею места, объём которого выражается в словах¹⁰⁰.

«Хорошая фотография должна:

1. Быстро и эффективно отражать суть статьи.
2. Подчёркивать эмоциональную сторону истории.
3. Намекать на действие.
4. Позволять читателю идентифицировать себя с персонажами истории»¹⁰¹.

Жанры фотожурналистики значительно отличаются от форматов научной и художественной фотографии. Формы фотожурналистики выработаны практикой периодической печати. В нашей работе важно рассмотреть жанры фотожурналистики, на практике они делятся на публицистический и информативный. Публицистический жанр включает фотоочерк, фотокорреспонденцию и фотомонтаж. Информативный жанр – фоторепортаж, фотозаметку, фотосерию. Публицистические жанры характеризуются масштабностью выводов, а также широким охватом реальности. Информационные – оперативностью отображения события и актуальностью.

Обратим внимание на некоторые самые распространенные жанры фотожурналистики.

- *Фотозаметка* – изображение конкретного факта, который затрагивает острую проблему современности. Это одиночная

¹⁰⁰ С. 149. Фрост К. Дизайн газет и журналов. М, 2008. С. 232.

¹⁰¹ С. 150. Фрост К. Дизайн газет и журналов. М, 2008. С. 232.

фотокарточка на полосе печатного издания или веб-страницы, которая имеет или не имеет пояснения.

- *Фоторепортаж* – с одной стороны, способ съемки, с другой, отдельный снимок информационного характера, который получен репортажным способом или несколько карточек, изображающие развитие события. Многие исследователи жанра репортажа считают фоторепортаж информационным жанром, а также подчеркивают его способность выразить авторское мнение. В частности, Н. И. Ворон говорит, что этот жанр передает «не только физическое движение, но и духовное развитие человека»¹⁰².
- Главная задача *фотокорреспонденции* – эмоциональное воздействие. Однако этому жанру также присуща и аналитика события: во-первых, это фиксация факта, во-вторых, стремление выделить причины явления и сопоставить с другими событиями.
- *Фотоочерк* отражает действительность образно, он создается по принципу: автор последовательно развивает мысль, «от внешней стороны явления к сущности»¹⁰³. Фотоочерку также присуще образное отражение действительности.
- *Фотосерией*, как правило, называют публицистический изобразительный ряд в количественном аспекте. Фотосерией же называется цельное произведение, посвященное определенной теме. Особенности этого жанра включают: изображение определенной среды, тема не ограничивается временными и пространственными рамками, фоторяду может быть свойственна сюжетная незавершенность.

¹⁰²С. 51. Ворон Н. И. Жанры фотожурналистики: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». М, 2012. С. 145.

¹⁰³С. 96. Ворон Н. И. Жанры фотожурналистики: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». М, 2012. С. 145.

Жанры фотожурналистики характеризуют ее состояние на определенном этапе развития, а каждый исторический период характеризуется своеобразием содержания действительности и задачами, которые ставятся перед фоторепортерами. В журналистике фотография – это документальное воссоздание действительности, подтверждающее определенные факты, которые, как правило, упоминаются в журналистском материале. «Фотография – общественный документ, который является основой фиксации и отображения социальной информации»¹⁰⁴.

2.4. Инфографика как сложный объект визуализации информации

На сегодняшний день инфографика является очень распространенным средством визуализации информации. Главная функция инфографики – наглядное представление сложной информации. Инфографику можно назвать многокомпонентным средством визуализации, поскольку она включает такие элементы, как изображения, графики, таблицы, диаграммы, карты и многое другое.

Также инфографика может быть разного характера, к примеру, для бизнес-издания (анализ опросов, веб-статистика и т.п.) или же для детского журнала (большое количество картинок и немного подписей). Ученые, занимающиеся статистическими исследованиями, считают, что людей по большей части интересуют не столько цифровая информация, сколько выводы, сделанные на основе анализа этих цифр.

Испанские исследователи Маркос Паласиос и Хавьер Диас Носи делят инфографику на две группы¹⁰⁵:

1. Первая группа – энциклопедическая – охватывает широкоуниверсальные темы (к примеру, «особенности

¹⁰⁴ Мухаматгалиев Д. Н. Принцип наглядности в журналистике [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/printsip-naglyadnosti-v-zhurnalistike-1>

¹⁰⁵ Тарасенко П. Н. Роль и место инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ [Электронный ресурс] URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1213/2830_b92a.pdf

функционирования человеческого тела»¹⁰⁶).

2. Вторая группа – журналистская – визуальное описание происшествий, событий.

Также исследователи делят инфографику на независимую, которая существует абсолютно самостоятельно, и комплементарную, сопровождаемую текстовым материалом.

Рэнди Крам¹⁰⁷ определил шесть ключевых характеристик качественной инфографики:

- визуальная привлекательность;
- актуальность темы;
- проверенные источники;
- конкретная тема;
- быстрая считываемость данных;
- возможность поделиться информацией.

Инфографика высокого качества является полноценным журналистским продуктом. Рэнди Крам считает, что цель инфографики основывается на трех задачах: заинтересовать, проинформировать и убедить аудиторию. В современных журналистских редакциях инфографику воспринимают как самостоятельный содержательный элемент СМИ.

Также необходимо добавить, что инфографика может быть статичной или динамичной. К первой относятся диаграммы, карты, схемы и т.п., вторая же является неким продолжением первой, но также включает интерактивные элементы, такие как аудиозаписи, видео, слайд-шоу. Кроме того, стоит выделить 3D реконструкцию. Главная характеристика этого вида инфографики – точность передачи данных при изображении масштабного

¹⁰⁶ Тарасенко П. Н. Роль и место инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ [Электронный ресурс] URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1213/2830_b92a.pdf

¹⁰⁷ С. 19. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных / пер. с англ. О. Сивченко. СПб, 2015. С. 28.

прошедшего события (например, авиа- или автокатастрофа, стихийные бедствия и т.п.). Такая инфографика представляет собой сложную статичную схему, которая занимает масштабное пространство, поэтому ее можно разместить только в веб-изданиях.

Для нашей работы более актуальной является статичная инфографика, свойственная для печатных изданий, которая может быть как независимой, так и комплементарной.

ГЛАВА 3. ОПИСАНИЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ И КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ЖУРНАЛА ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

3.1. Тематическая концепция журнала для молодежи

Идея издания заключается в сопоставлении старшего поколения и молодого, это сопоставление будет напрямую или косвенно считываться в каждом материале издания. Как уже было сказано ранее, проблема возрастной дискриминации на сегодняшний день является малоизученной. В первой главе мы доказали наличие негативных стереотипов о пожилых людях в сознании молодежи в возрасте от 16 до 27 лет. Однако по результатам второго исследования мы выявили особый интерес молодежи к проблеме «отношения с родителями и семьей» (за этот пункт проголосовало 29,5% респондентов), поэтому героями или источниками информации для материалов в наш журнал послужат представители старшего поколения, а точнее люди старше 40 лет¹⁰⁸.

Итак, мы предполагаем, что возможности дизайна могут помочь в поиске концепции для социального проекта, направленного на преодоление стереотипов о старшем поколении в сознании молодежи. Современное оформление издания, основанное на предпочтениях молодых людей, которые мы выявили в нашем исследовании, должно привлечь внимание, а грамотно продуманное содержание: рубрикация и разные тематические материалы, не только заинтересуют, но и, возможно, смогут положительно повлиять на отношение молодого поколения к старшим: темы, интересующие молодежь, преподносят люди старшего поколения.

На основе результатов нашего исследования было также выделено пять рубрик: фото, культура, история, психология, путешествия. В нашем журнале они называются соответственно:

- Фото – «Закрытыми глазами».

¹⁰⁸ Приложение 7.

- Культура – «Здесь начинается искусство».
- История – «Свидетель прошлого».
- Путешествия – «Внезапно возникающие импульсы».
- Психология – «Познать реальность».

Каждая рубрика включает разнообразные материалы, к примеру, интервью, очерки, репортажи, заметки, фотосерию с людьми разных профессий и увлечений: начиная с любителя экстремального спорта, коллекционера марок разных стран мира, блогера-путешественника и заканчивая кондуктором автобуса. Главный критерий выбора героев – возраст старше 40 лет. Наша цель – раскрыть заявленные молодежью тематические рубрики через людей старшего поколения, тем самым показав интересных людей, которые «в теме»: несмотря на «возраст», они занимаются спортом, слушают электронную музыку, танцуют и пр., т.е. идут в ногу со временем, поскольку дело вовсе не в возрасте, а в человеке. Как в экспертном интервью рассказал Владимир Соболев, главное – «найти точки соприкосновения разных поколений»¹⁰⁹. Кроме того, важно добавить, что «старшее поколение нужно показывать не как музейные ценности, не как «доживающий» материал, а как живущий. Причем живущий среди молодежи, и активно действующий, работающий, созидающий»¹¹⁰.

В данном случае мы можем выделить две дополняющие друг друга задачи:

1. Укрепить положительные стереотипы о старшем поколении.
2. Разрушить негативные стереотипы о старшем поколении.

Аудиторией журнала выбрана молодёжь от 16 до 27 лет, поскольку тематическое наполнение может быть интересно старшим школьникам, студентам бакалавриата, магистратуры, а также рабочей молодежи (по результатам исследования), кроме того, родители детей старше шестнадцати лет в среднем находятся в возрасте старше сорока.

¹⁰⁹ Интервью В. Соболя (см. Приложение 27).

¹¹⁰ Комментарий Ю. Комболина (см. Приложение 28).

Редакция издания состоит из молодых людей, обучающихся в высших учебных заведениях на направлении «Журналистика» и смежными с ней специальностями, а также школах с гуманитарным уклоном или молодёжных центрах, к примеру, «Полярник», «Журавейник», где школьники и учащиеся среднеспециальных заведений получают дополнительные знания по дисциплинам журналистика и литература.

Культурно-образовательный журнал выполняет несколько функций для представителей разных возрастов аудитории. Главная функция – развлекательно-познавательный контент. Для школьников журнал станет источником дополнительной информации по таким предметам, как география, история, литература, искусство, МХК (мировая художественная культура) и другие. Для студентов, направление обучения которых связано с этими тематическими подборками, журнал также станет полезным в учебе.

В связи с тем, что аудитория журнала разделяется на три определенные группы читателей, то наше издание характеризуется как локальное и выходит раз в три месяца.

3.2. Композиционно-графическая модель журнала для молодежи

Формат журнала 205 на 255 мм, количество страниц – 96. Подобный формат был выбран, прежде всего, исходя из удобочитаемости. Кроме того, тонкий журнал такого формата можно складывать пополам, так его удобнее носить с собой.

Называется журнал «Геронда», что в переводе с греческого означает «старец». Такое название, на наш взгляд, с одной стороны, возможно, заинтригует молодое поколение, с другой, затрагивает основную идею издания.

Сетка издания представляет собой вертикальные и горизонтальные направляющие. Страница макета состоит из 12 блоков по горизонтали и 17 блоков по вертикали, поля определяются в зависимости от раздела, ширина

колонки – 3 блока, средник – 4 мм. Лид материалов занимает ширину 7 блоков, цитата – 6 блоков.¹¹¹

Нами был разработан шрифт для логотипа издания¹¹²: он относится к антиквенному классу типографических шрифтов, сочетает умеренный контраст, плавные переходы между основными и соединительными элементами, наплывы округлых элементов не имеют наклона, что относит шрифт к антикве нового стиля времени классицизма.¹¹³ На наш взгляд, антиквенный шрифт заглавными буквами строго и точно передает настроение и идею издания: антиква напоминает тему старчества. В процессе работы над логотипом нами были рассмотрены несколько вариантов расположения букв: вариант с частичным наложением букв друг на друга¹¹⁴, постепенном переходе из одной буквы в другую¹¹⁵, хаотичное вертикальное расположение с небольшим расстоянием между буквами¹¹⁶, и в конечном итоге мы остановились на хаотичном вертикальном соотношении букв, сочетающее гармоничное количество воздуха между ними¹¹⁷. Кроме того, помимо шрифтового логотипа мы разработали логотип в абстрактном стиле, который представляет собой имеющиеся в названии внутрибуквенные просветы букв «Р», «О», «Д», «А» с сохранением расстояния между ними, соответствующее названию¹¹⁸. Также подобным образом оформлены развороты, предваряющие основные материалы номера: название темы выполнено исключительно полностью замкнутыми внутрибуквенными просветами.

Иконки являются элементами веб-дизайна, это кнопки, которые выполняют ассоциативную функцию, обозначающую тему, а также

¹¹¹ Приложение 8.

¹¹² Приложение 9.

¹¹³ Терминология дизайна [Электронный ресурс] URL: <https://www.paratype.ru/help/term/terms.asp?code=225>

¹¹⁴ Приложение 10.

¹¹⁵ Приложение 11.

¹¹⁶ Приложение 12.

¹¹⁷ Приложение 13.

¹¹⁸ Приложение 14.

представляют собой прямую ссылку на тот или иной раздел. Это актуально для нескольких страниц представленной нами версии веб-версии журнала. В случае же печатного издания иконки выполняют функцию конкретной темы рубрики или отдельного раздела. Нами был отрисован ряд иконок: в процессе работы мы рассмотрели несколько вариантов исполнения иконок. Первый – графические изображения в кружках разных матовых цветов¹¹⁹, второй – графические изображения в кружках черного цвета¹²⁰, третий и итоговый – графические изображения черного цвета¹²¹. На наш взгляд, именно этот вариант по смыслу соответствует теме материала и рубрики. Стиль иконок выбран максимально сдержанный, сочетающий строгость и минимализм, соответствующий визуальным предпочтениям молодежной аудитории.

Отдельного внимания заслуживают колонтитулы. Они находятся только на правой странице разворота и напоминают вертикальную полосу на поле.¹²² Колонтитул содержит следующую информацию (снизу вверх): номер страницы, месяц и год выпуска, название журнала, название рубрики. Колонтитулы являются объединяющим элементом всего издания, остаются на своем месте вне зависимости от раздела.

Шрифтовое оформление издания включает три шрифта разных начертаний: Sitka, Constantia и Segoe. Для основного текста выбраны два шрифта:

1. Sitka (начертание Banner, кегль 9,5пт, интерлиньяж 11,4 пт).
2. Constantia (начертание Regular, кегль 9,5пт, интерлиньяж 11,4 пт).

Буквы шрифта Sitka меньше по размеру в сравнении с Constantia, в первом случае количество знаков в строке – от 28 до 33, во втором – от 28 до 31. Таким образом, в среднем количество символов в строке около 30. В

¹¹⁹ Приложение 15.

¹²⁰ Приложение 16.

¹²¹ Приложение 17.

¹²² Приложение 18.

тематической литературе журнальный стандарт количества знаков в строке варьируется от 30 до 60, для газетного или журнального печатного издания также есть пометка не меньше 27 знаков. В нашем случае количество знаков в строках основного текста отвечает заданным параметрам. В зависимости от размера текста материала, мы будем использовать тот или иной шрифт.

На наш взгляд, именно антиквой стоит рассказывать о старшем поколении, поэтому шрифты основного текста, как было сказано ранее, относятся к антикве. Однако стиль заголовков можно охарактеризовать как модернистский – Segoe, начертание Black, кегль шрифта разных материалов варьируется в зависимости от расположения элементов на полосе.¹²³ Для лида и подписи автора также выбран шрифт Segoe только начертания Light.

- Лид – Segoe, начертание Light, кегль 14 пт, интерлиньяж 16,8 пт.
- Подпись автора – Segoe, начертание Light, кегль 11 пт, интерлиньяж 13,2 пт.

Цитата в тексте оформляется тем же шрифтом Segoe начертания Italic, кегль 14 пт, интерлиньяж 16,8 пт. В связи с подобранными шрифтами количество знаков в строках лида варьируется от 49 до 54, в строках цитат – от 35 до 40. Таким образом, количество знаков также входит в рамки заданного стандарта, упомянутого ранее.

Шрифтовое оформление текста подобрано таким образом, поскольку данный набор шрифтов и их начертаний хорошо сочетаются вместе. Заголовок крупного рубленого шрифта является ярким «кричащим» акцентом на полосе, привлекающим внимание читателя. В свою очередь, он гармонично сочетается с начертанием Light, выбранным для лида. Подпись автора находится после заголовка и лида. При этом нет строгой привязки материалов к определенной направляющей, которая определяет начало и окончание текстов всего журнала. Для колонтитулов выбран шрифт Segoe

¹²³ Приложение 19.

начертания Light, кегль 9 пт, название журнала написано разработанным нами шрифтом в строку.

Цветовая концепция основана на том, что большая часть цветовой экспрессии отдается фотографии, а если возникает цвет, то он подчеркивает графичность иллюстративных элементов. Цветовая выразительность по большей части отдается фотографии.

Важными функциями журнала являются – интерактив и создание диалога с читателями. Это будет достигнуто с помощью размещенных в журнале конкурсов в социальных сетях, qr-кодов¹²⁴, отсылающих к веб-версии журнала, где читатель сможет оставить свой отзыв или комментарий, анонсы мероприятий, квестов, выставок, концертов для молодёжи, а также ссылки на компании, сотрудничающие с редакцией.

Задача дизайна в данном случае максимально привлечь внимание читателей и по мере прочтения материалов удивлять нестандартной подачей, разнообразить обычное чтение. Для нас важно подать материал так, чтобы его захотелось прочесть. Именно поэтому нами был продуман ряд эксклюзивных особенностей молодежного издания.

- Вертикальный разворот в середине каждого номера¹²⁵.
- Фотосерия на листах меньшего формата¹²⁶.
- Инфографические элементы¹²⁷.
- Обложка-клапан с вырезанным логотипом абстрактного стиля¹²⁸.
- Графическая вставка – цитаты великих людей, находящихся в возрасте старше 40 лет, как голоса из прошлого¹²⁹.

¹²⁴ Приложение 20.

¹²⁵ Приложение 21.

¹²⁶ Приложение 22.

¹²⁷ Приложение 23.

¹²⁸ Приложение 24.

¹²⁹ См. приложение 20.

Кроме того, главный материал каждого номера будет выделен отдельной темой и будет иметь дополнительный графический элемент, созвучный с абстрактным логотипом издания¹³⁰.

По словам эксперта В. Соболя, создавая журнал, необходимо ориентироваться на читающую аудиторию, и, зачастую, аудитория журнала формируется на основе интересов в большей степени, чем на основе возраста и иных факторов.¹³¹ Именно поэтому журнал «Геронда»¹³² сочетает аналитические материалы, фоторепортажи и фотосерию, инфографические вставки, интервью, мнения. Каждая рубрика, так или иначе, будет пользоваться большей или меньшей популярностью у аудитории.

Таким образом, наш журнал станет удобным ресурсом для распространения в школах и высших учебных заведениях. Кроме того, это издание может распространяться в молодежных центрах, которые посещают уже более заинтересованные молодые люди, а также в молодежных заведениях разного формата: кафе, ресторанах или современных пространствах, на борту самолета или в поезде.

¹³⁰ Приложение 25.

¹³¹ См. приложение 27.

¹³² Приложение 26.

Заключение

Создание тематической концепции и композиционно-графической модели культурно-образовательного журнала для молодежи потребовали изучить социальный контекст и эмпирическую прецедентную базу периодических изданий для молодежи.

Молодежные издания составляют малый процент российского рынка периодических изданий. У общества есть потребность в молодежных журналах, но сделать такой журнал для широкой аудитории крайне сложно, в связи с этим молодежные издания возникают локально. Рынок российской прессы, ориентированной на молодежную аудиторию, сегментирован, на нем представлены советские бренды, существующие уже не первый десяток лет, а также небольшой процент современных изданий. Сегмент молодежных журналов в России развивается без видимой динамики и, как правило, локально. В связи с этим можно сделать вывод, что на данный момент времени – удачный период для появления нового журнала для молодежи.

При определении тематической концепции и основных элементов композиционно-графической модели культурно-образовательного журнала для молодежи были определены особенности его аудитории в возрасте от 16 до 27 лет, которую мы разделили на три типа: от 16 до 18 (ученик 10-11 классов), от 18 до 23 (студент высшего учебного заведения, как гуманитарных, так и технических наук), от 23 до 27 (представитель рабочей молодежи, закончивший или заканчивающий вуз).

Кроме того, важным этапом работы стали проведенные нами исследования: пилотажное и основное. Пилотажное исследование подтвердило наличие негативных стереотипов в сознании молодежи по отношению к представителям старшего поколения. Это подчеркивает актуальность нашей работы. По итогам основного исследования были выявлены интересы, а также визуальные предпочтения молодежной аудитории. Благодаря основному исследованию нам удалось выделить пять

постоянных рубрик журнала: фото, путешествия, история, культура, психология. А также определены критерии визуальных предпочтений: большие качественные снимки, минимализм в сочетании с интересными способами подачи текстовой информации, декоративные, контрастные и рубленые шрифты, графические иллюстрации и инфографические вставки.

При теоретической подготовке к разработке издания были исследованы прецеденты создания журнала, а также выявлены особенности представления средств визуальной идентификации и дизайнерских решений в изданиях для молодежи.

Одной из целей при проектировании издания стала необходимость уделить особое внимание композиционно-графическому проектированию – соотношению внутреннего содержания и внешней организации журнала. На основе теоретических источников, конкретных примеров и проведенных исследований были выделены составляющие визуальной организации подобных печатных изданий, а также выявлены визуальные предпочтения аудитории. При создании проекта культурно-образовательного журнала, ориентированного на молодежь, стоит учитывать, что каждый элемент композиционно-графической модели издания подчеркивает тематические особенности, которые напрямую влияют на формирование индивидуального стиля.

В ходе работы над композиционно-графической моделью журнала для молодежи мы разработали сетку, логотип издания, определили брендовую цветовую палитру, шрифтовое расписание и стиль колонтитулов. Этапы композиционно-графического проектирования были подчинены одной задаче – созданию индивидуального брендового стиля издания, отвечающего интересам и соответствующего визуальным предпочтениям аудитории.

Таким образом, цель данной работы была достигнута и поставленные вначале задачи решены.

Список литературы

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М, 2003.
2. Брушлинский А. В. Проблемы психологии субъекта. URL: http://pedlib.ru/Books/6/0381/6_0381-1.shtml
3. Виды иллюстраций. URL: http://www.xliby.ru/tehnicheckie_nauki/tehnologija_redakcionno_izdatelsko_go_processa/p8.php
4. Владимиров Д. Г. Старшее поколение как фактор экономического развития // Социс. 2004, №4. С. 57.
5. Ворон Н. И. Жанры фотожурналистики: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». М, 2012. С. 145.
6. Всеобщая декларация прав человека. п.1 ст. 25. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml
7. Генезис отношения к пожилым людям в обществе. URL: http://studbooks.net/708453/sotsiologiya/genezis_otnosheniya_pozhilym_lyudyam_obschestve
8. Дизайн и верстка. URL: <http://aspectrum.ru/uslugi/dizajn-i-verstka.html>
9. Жмуров В. А. Психопатология. Иркутск, 1994. С. 218.
10. Забелина Н. В. Маргинализация пожилых людей в условиях социокультурной трансформации России // Отечественный журнал социальной работы. 2007, №2. С. 39.
11. Изобретение книгопечатания. URL: <http://printservice.pro/izobretenie-knigopечатanija>
12. Ильин Е. П. Психология взрослости. СПб, 2012. С. 469.
13. Кабанова Н. А. Учёт психологических особенностей восприятия текста в информационной среде при разработке содержания электронного курса // Научно-методический электронный журнал «Концепт». Т. 4. 2013. С. 26–30. URL: <http://e-koncept.ru/2013/64006.htm>

14. Калькова В. Л. Старость: реферативный обзор. URL:
development2005.narod.ru/books/kalkova.htm
15. Когнитивные модели изменения стереотипа: восприятие однородных и гетерогенных групп. URL:
http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ejsp.2420220304/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=onlinelibrary.wiley.com&purchase_site_license=LICENSE_DENIED_NO_CUSTOMER
16. Композиция газетной полосы. URL: <http://compuart.ru/article/16440>
17. Кон И. С. Ребенок и общество. М, 1988. С. 336.
18. Коннова Г. А. Как провести социологическое исследование. Ульяновск, 2013. С. 29.
19. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных / пер. с англ. О. Сивченко. СПб, 2015. С. 28.
20. Кричевский В. «Идеальный дизайн». М, 2012. С. 64.
21. Медицинские термины. URL: <http://www.neboleem.net/terms-gerontofobija.php>
22. Мещеряков Б., Зинченко В. Большой психологический словарь. URL:
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/dict/03.php
23. Микляева А. В. Возрастная дискриминация как социально-психологический феномен, Монография. СПб, 2009. С. 160.
24. Мухаматгалиев Д. Н. Принцип наглядности в журналистике. URL:
<http://cyberleninka.ru/article/n/printsip-naglyadnosti-v-zhurnalistike-1>
25. Мухранова Е. Н. Возраст как феномен культуры: автореферат дис. СПб, 2006. С. 22.
26. Национальная психологическая энциклопедия. URL:
<http://vocabulary.ru/termin/gerontologija.html>
27. Национальная социологическая энциклопедия. URL:
<http://voluntary.ru/termin/aut-gruppa.html>

28. Писарев А. В. Образ пожилых в современной России // Социол. исслед. СПб, 2004. С. 54.
29. Поправко Н. В. Ценностные параметры жизненных стратегий и жизненных планов молодежи Томского региона // Альманах. Томск, 2001. С. 59.
30. Психологическая диагностика. Опросник эйджизма. URL: <https://sites.google.com/site/test300m/oe>
31. Психологическое исследование социальных стереотипов. URL: <http://voppsy.ru/issues/1986/861/861095.htm>
32. Психология старости. URL: www.StudFiles.ru/preview/4271980/page:7/
33. Психология человека в современном мире / под ред. А. Л. Журавлев, В. А. Барабанщиков, М. И. Воловикова / Т. 1. М, 2009. С. 334.
34. Реснянская Л. Л., Фомичева И. Д. Газета для всей России. М, 1999. С. 232.
35. Савчук В. В. Философия фотографии. СПб, 2005. С. 256.
36. Сахарова Т. Н. Эмоционально-нравственная сфера пожилых людей (Опыт психологического исследования). М, 2011. С. 290.
37. Советский философский словарь. URL: <https://www.psyoffice.ru/6-804-sovi-alfred.htm>
38. Сови А. Общая теория населения / Т. 2, Жизнь населений / пер. с фр. Ф. Р. Окуневой. М, 1977. С. 519.
39. Сонтаг С. О фотографии / пер. с англ. В. Голышева. М, 2014. С. 40.
40. Социальная геронтология. Социальные проблемы лиц пожилого возраста. URL: www.webkursovik.ru/kartgotrab.asp?id=-72619
41. Социально-психологическая теория Джона Тернера. URL: <http://psychological.ru/default.aspx?s=0&p=27&0a1=695&0o1=0&0s1=0&0p1=4>
42. Социокультурные образы старости как ценностные координаты жизни в пожилом и преклонном возрасте. URL: studopedya.ru/1-50958.html

43. Старость как социальная проблема. URL:
BiblioFond.ru/view.aspx?id=13900
44. Старость как социальная проблема. URL:
www.moscowuniversityclub.ru/home.asp?artId=15213
45. Стереотип старости. URL: <http://allrefs.net/c12/3jf6k/p23/?full>
46. Стереотип старости в обществе. Проблема «отцов и детей». URL:
<http://www.studfiles.ru/preview/6067784/page:25/>
47. Стереотип старости, сформировавшийся в том или ином обществе, является отражением положения старых людей, которые в этом обществе живут. URL: <http://allrefs.net/c12/3jf6k/p23/?full>
48. Тавокин Е. П. Основы методики социологического исследования: учеб. пособие. М, 2009. С. 239.
49. Тарасенко П. Н. Роль и место инфографики на сайтах испанских интернет-СМИ. URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1213/2830_b92a.pdf
50. Теория социальной идентичности Теджфела Тернера. URL:
<http://www.iskhakov.narod.ru/tedter.html>
51. Терминологический словарь. URL: http://sceptis.net/library/id_646.html
52. Терминология дизайна. URL:
<https://www.paratype.ru/help/term/terms.asp?code=225>
53. Толковый словарь Ожегова. URL:
<http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=30532>
54. Толковый словарь Ушакова. URL:
<http://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=12628>
55. Трудовой кодекс РФ. URL:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/0d18caafb87d28222d0cb617c21634cc407ee0f5/
56. Тэджфел Генри. URL: <http://psi.webzone.ru/st/145500.htm>

57. Учебно-методический комплекс дисциплины «Социальная геронтология». URL: <http://refedu.ru/uchebno-metodicheskij-kompleks-disciplini-sd-socialenaya-geron.html?page=5>
58. Фомина Ж.В. Концептосфера «возраст» в русской и американской молодёжных лингвокультурах / автореферат. Волгоград, 2011. С. 11.
59. Фрост К. Дизайн газет и журналов. М, 2008. С. 149.
60. Функции иллюстраций в изданиях и их редактирование. URL: http://knowledge.allbest.ru/journalism/2c0a65625b2ac69b5c53a88521216c26_0.html
61. Характеристика старческого возраста. URL: <https://rutlib.com/book/25920/p/14>
62. Холостова Е. И. Словарь-справочник по социальной работе. М, 2000. С. 220.
63. Цыпленков К. Лицо газеты. М, 1963. С. 159.
64. Шкаев Д. Г. Молодежь современной России: Альтернативы выбора духовных и нравственных убеждений. Сборник статей. М, 2010. С. 264.
65. Чихольд Я. Новая типографика. М, 2011. С. 242.
66. Чихольд Я. Облик книги. М, 1999. С. 242.
67. Эстетика печатной полосы и современное состояние газетного дизайна. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=422&level1=main&level2=articles>
68. Яцемирская Р. С., Беленькая И. Г. Социальная геронтология. М, 1999. С. 275.
69. Cantor N., Mischel W. Social intelligence and personality. 1979. С. 26.
70. Definition and assessment of accuracy in social stereotypes. URL: <https://scholar.google.com/citations?user=uhAQq14AAAAJ&hl=ru>
71. Moderating effects of personal and contextual factors in age discrimination. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9019121>

Источники

1. Вестник Санкт-Петербургского университета. URL:
<http://vestnik.spbu.ru/>
2. Журнал «Вестник Воспитания». URL:
<https://sites.google.com/site/zurnalysssr/rossia/vestnik-vospitania>
3. Журнал «Вестник Знания». URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=90227>
4. Журнал «Вожатый». URL:
<https://sites.google.com/site/zurnalysssr/home/vozatyj>
5. Журнал «Звездочка». URL:
<https://sites.google.com/site/zurnalysssr/rossia/zveezdocka>
6. Журнал «Знание для всех». URL:
<http://www.prlib.ru/Lib/pages/item.aspx?itemid=56958>
7. Журнал «Знание сила». URL:
<https://sites.google.com/site/zurnalysssr/home/znanie-sila>
8. Журнал «Левша». URL: <http://utechnik.ru/levsha/>
9. Журнал «Мы». URL: <http://basilisk.moscow/museum/zhurnal-my-1991/>
10. Журнал «НМ». URL: <http://nasha-molodezh.ru/pages/magazine-nasha-molodezh>
11. Журнал «Ровесник». URL:
http://publ.lib.ru/ARCHIVES/R/%27%27Rovesnik%27%27/_%27%27Rovesnik%27%27.html
12. Журнал «Техническое творчество молодежи». URL:
https://www.akc.ru/itm/tehnic_heskoe-tvorc_hestvo-molodez_hi/
13. Журнал «ФанCity». URL: https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/y_e93531/
14. Журнал «Юный художник». URL: <http://xn----htbgibkpeh2cv3eub.xn--p1ai/about>
15. Журнал «Юный натуралист». URL: <http://unnaturalist.ru/about/>
16. Журнал «Пробуждение». URL:
<https://sites.google.com/site/zurnalysssr/rossia/probuzdenie>

17. Известия. URL: <http://izvestia.ru/news/545051>
18. Каталог Почты России. URL: http://vipishi.ru/catalog-Pochta-Russia/search/inet/3847/32/?famtype_id=&catprt_id=&theme_id=91&price_from=&price_to=&period=&s=&sby=n
19. Молодёжный журнал «Странник». URL: <http://www.strannik-lit.ru/we.html>
20. ЮНЕСКО: работа с молодежью и для молодежи. URL: <http://www.unesco.org/new/ru/social-and-human-sciences/themes/youth/>

Приложение

Приложение 1

Опрос для молодежи

Уважаемые респонденты, большое спасибо за проявленный интерес к моему опросу! Он направлен на выявление отношения молодого поколения к старшему. Ваши ответы очень помогут в развитии направления нашего проекта.

Пожалуйста, отвечайте развернуто и честно.

Опрос является анонимным, данные будут обработаны в общем виде.

1. Сможет ли человек пенсионного возраста, на ваш взгляд, освоить смартфон? В течение какого времени и на сколько процентов? *

Развернутый ответ

2. Как Вы отнесетесь к тому, что вашему новому коллеге больше 50-ти лет: положительно, нейтрально или отрицательно? Почему? *

Развернутый ответ

3. Вы пришли в банк, где два консультанта. Других клиентов, кроме Вас, нет. Первый консультант в возрасте 20-25 лет, второму около 60-ти. К кому из них Вы пойдете? Почему? *

Развернутый ответ

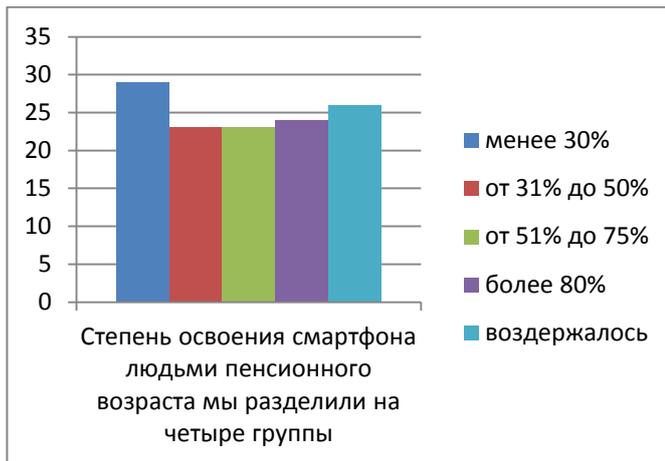
4. Какая у Вас сфера деятельности/профессия? *

- Гуманитарная сфера
- Медицинская сфера
- Техническая сфера
- Экономическая сфера
- Политическая сфера
- Ответ респондента

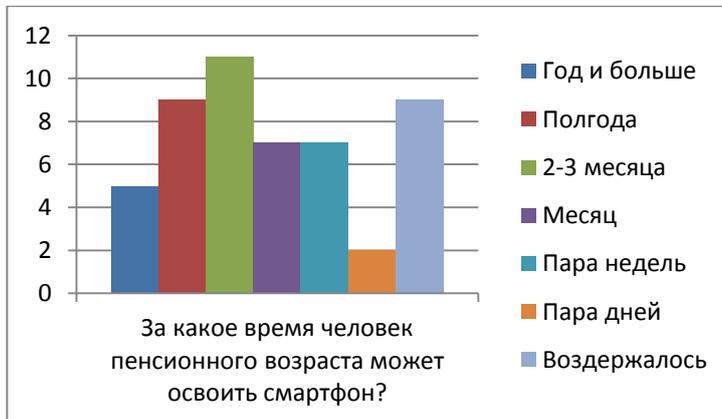
5. Сколько Вам лет? *

Краткий ответ

Приложение 2



Приложение 3



Приложение 4



Приложение 5



Приложение 6

Опрос для молодежи (Часть 1)

Уважаемые респонденты, большое спасибо за проявленный интерес к моему опросу!
Он направлен на выявление общих интересов между поколениями, которые помогут в развитии направления нашего проекта.

Опрос является анонимным, данные будут обработаны в общем виде.

1. Ваш возраст

Краткий ответ

2. Ваш пол *

- Мужской
- Женский

3. Как вы относитесь к пожилым людям старше 80 лет? (Может быть несколько вариантов ответа)

- Уважаю и почитаю
- Уважаю
- Равнодушен к ним
- Восхищаюсь
- Ответ респондента

4. Интересны ли вам пожилые люди старше 80 лет?

- Да
- Нет
- Ответ респондента

5. Чем вам интересны пожилые люди старше 80 лет? (Может быть несколько вариантов ответа)

- У них богатый жизненный опыт, могут много всего рассказать
- Они могут рассказать уникальные истории о ВОВ

- Легендарные люди, очевидцы событий Великой Отечественной
- Они мне не интересны
- Ответ респондента

6. Что вам интересно из нижеперечисленного? (Может быть несколько вариантов ответа)

- Качественные снимки
- Путешествия
- История России 20 века
- Исторические шутки
- Кулинарные рецепты
- Личные истории
- Интервью с людьми разных профессий
- Фоторепортажи
- Рассказы ветеранов о войне
- Рассказы ветеранов о жизни после войны
- Мнения экспертов о политике и экономике
- Мнения экспертов о проблемах современности
- Рассказы профессионалов о специфике своей работы изнутри
- Интересные исторические факты
- Спорт и питание
- Интересные культурные места
- Туристические маршруты
- Истории о путешествиях и странах
- Изобразительное искусство

7. Выберите развороты, композиция которых вам нравится больше всего
(Может быть несколько вариантов ответа)

Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3



Вариант 6



Вариант 4



Вариант 7



Вариант 5



Вариант 8



Вариант 9



Вариант 12



Вариант 10



Вариант 13



Вариант 11



Вариант 14



Вариант 15



Вариант 18



Вариант 16



Вариант 19



Вариант 17



Вариант 20



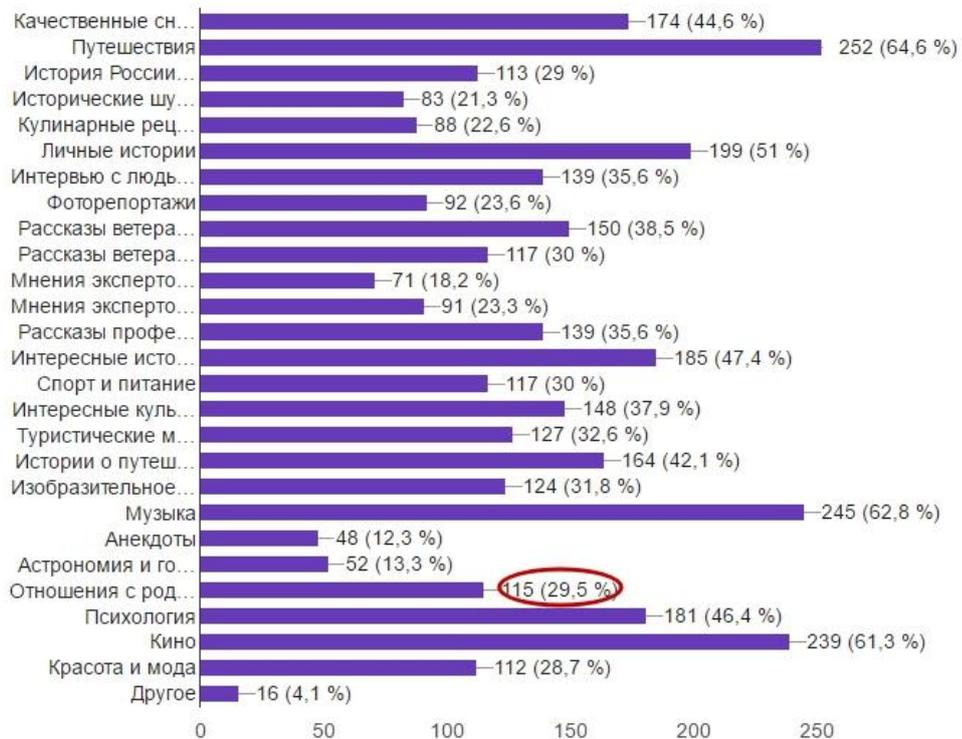
Вариант 21

 Вариант 22

 Вариант 23

 Вариант 24


Приложение 7



Приложение 8

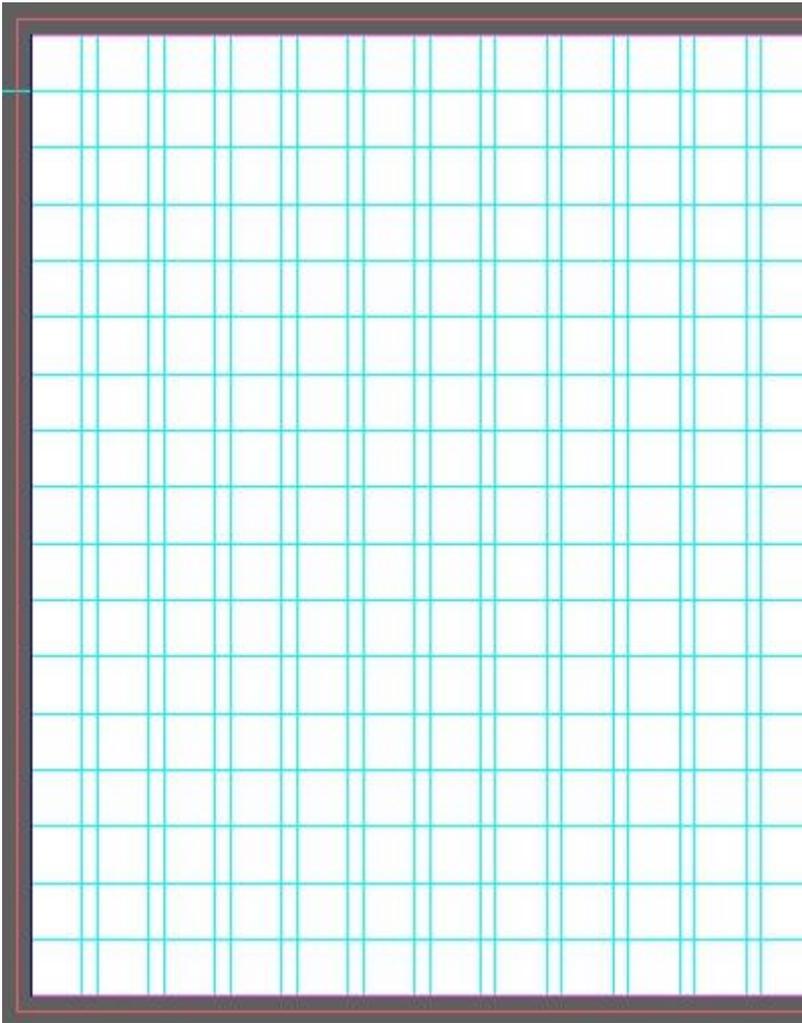


Рис.1

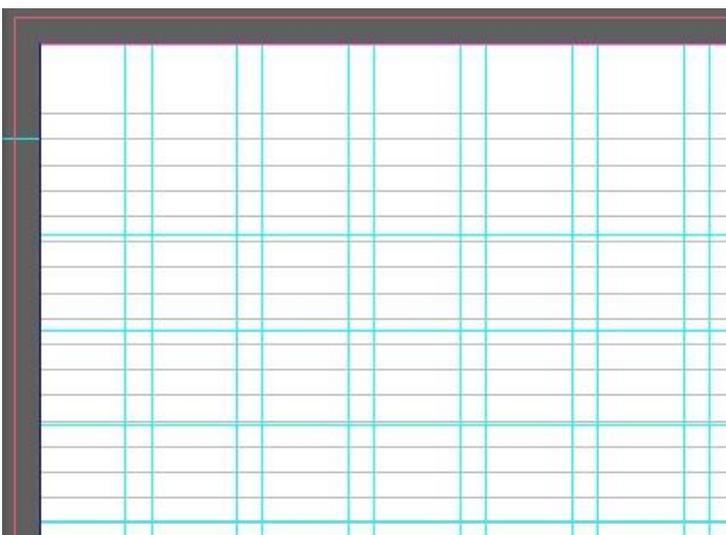


Рис. 2

Приложение 9

Г Е Р О Н Д А

Г Е Р О Н Д А

Г Е Р О Н Д А

Приложение 10



Приложение 11



Приложение 12



Приложение 13



Приложение 14

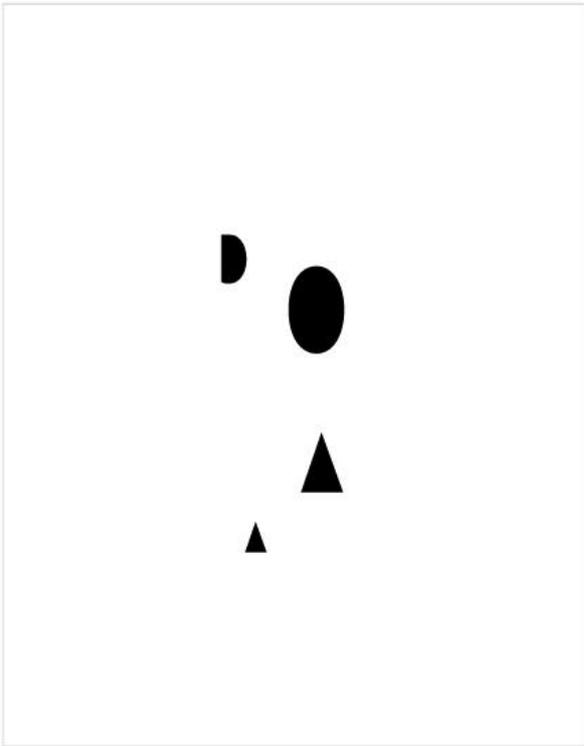
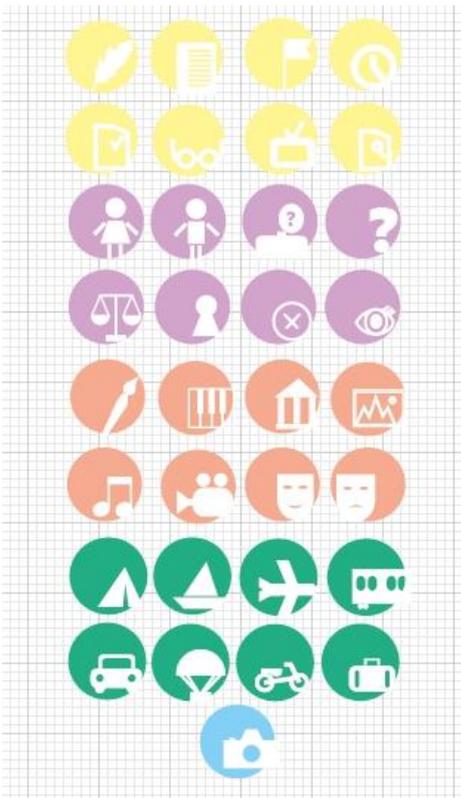


Рис. 1

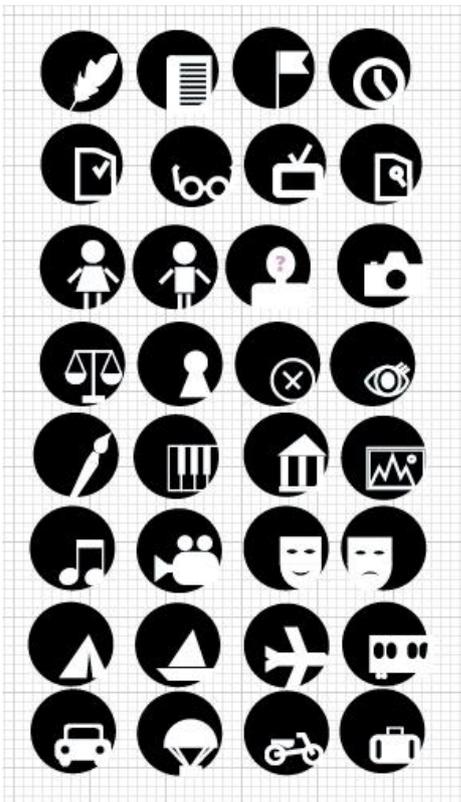


Рис. 2

Приложение 15



Приложение 16



Приложение 17



Приложение 18

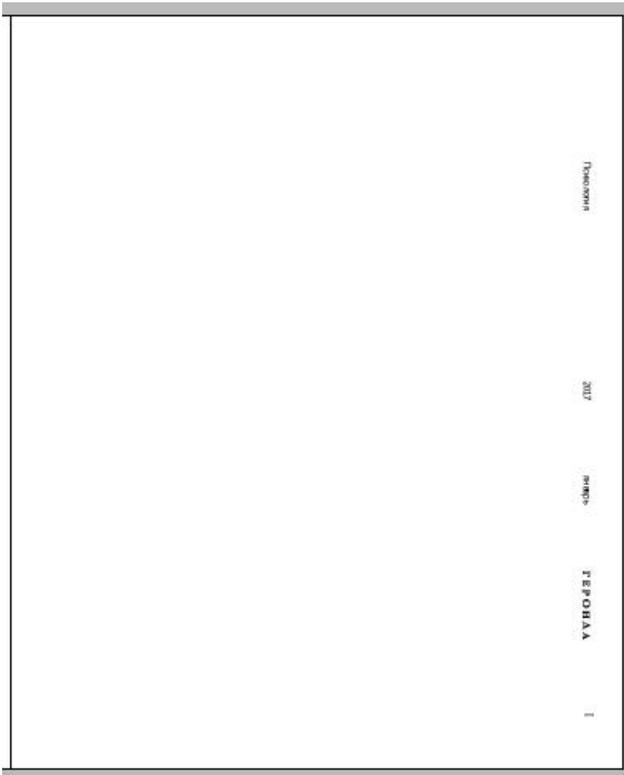


Рис. 1



Рис. 2

Приложение 19

Большая стена совета

Совет национальной безопасности Поднявшись на купол, посетителям предлагают аудио-гиды, они есть и на русском. Очень советуем.

Стена. Берлинская стена – это, наверное, первое, что приходит в голову при мысли о Берлине. Когда-то город был разделен на две части – восточную и западную. Одна часть была подконтрольна Советскому Союзу, а другая – его бывшим союзникам по антигитлеровской коалиции. Большая часть стены была уничтожена еще разобрана на сувениры. В местах, где остались фрагменты, можно приобрести кусочки берлинской стены, но уверен, что это не подделка. Через весь город проходит вот такая линия, которая показывает, где проходила стена. Также спряталось несколько

Рис. 1

Над чем смеетесь?

ПРОБЛЕМА

Иван Иванов

Уникальный пример возможности показал 55-летний американец Луис Тодеро, которого испусти разряженные дикие пчелы в пригороде Лос-Анджелеса. Врачи сумели спасти жизнь почтенного дедушки, получившего до 600 пчелиных укусов.

Медики выяснили, что безжалостные насекомые укусили почтенного пенсионера от 500 до 600 раз. «Живо, что аллергия на яд у него нет. Однако его жалит повсюду – в рот, нос, уши и даже в глаза», – рассказал один из врачей. Дочь пострадавшего радостно

Рис. 2

Приложение 20



Над чем смеетесь?



Иван Иванов

Успешный пример жизнеспособности показал 55-летний американец Луис Тоберо, которого аскариды разрывали дыры в печени в притворе Лос-Анджелеса. Врач сумел спасти жизнь почечного донора, получившего до 600 миллионов укусов.

Все началось, когда специалист по борьбе против кожных заболеваний стал расплывать на брата гватемальского языка донора. «Почувствовав ад, я начал стать очень агрессивным, они пытались заставить работника службы по борьбе с кожными заболеваниями, но он был одет в защитный костюм и получил всего несколько укусов», - приводит британская газета рассказ сотрудницы местной полиции.

Уже после того, как работник службы отнял ее руки, тысячи разрывавших дыры аскариды прожиданного мимо рта старика. Тот не мог убавить от паники, и поэтому стал вскрикивать парами слезами. По словам дочери пострадавшего, ее отец увидел персонал службы и закричал в него, надеясь, что там кожные его не достанут.

В итоге в местную прокуратуру прибыл врач и отозвал Тоберо в больницу.



230

за собой процесс внедрения и модернизации

35

количественный рост и сфера нашей

5

соответствует насущным потребностям

Сентябрь 2016
2017
Январь
ФЕВРИЛЬ
41

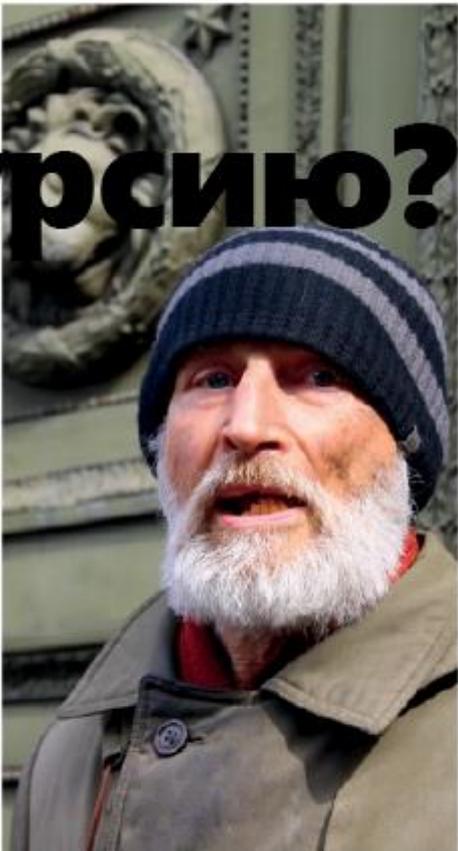
Хотите на экскурсию?

Телефон своего Виктора Рыжовича: +7 (921) 410-01-41. Звонить лучше до 19.00. После 19 придется спать, у него режим, который он жестко соблюдает.

В любое время, вы знаете, где его найти: с 6 до 9 утра напротив выхода на Горьковский. В другое время он у Новожиловского моста, недалеко от Бурсар Кофеа.

В любое время он находится у места начала своей экскурсии - входа-выхода метро Адмиралтейская.





Дмитрий Погодин

2017

Январь

ФЕВРИЛЬ

17

Приложение 21



Рис. 1



Рис. 2

Приложение 22



Рис. 1



Рис.2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9

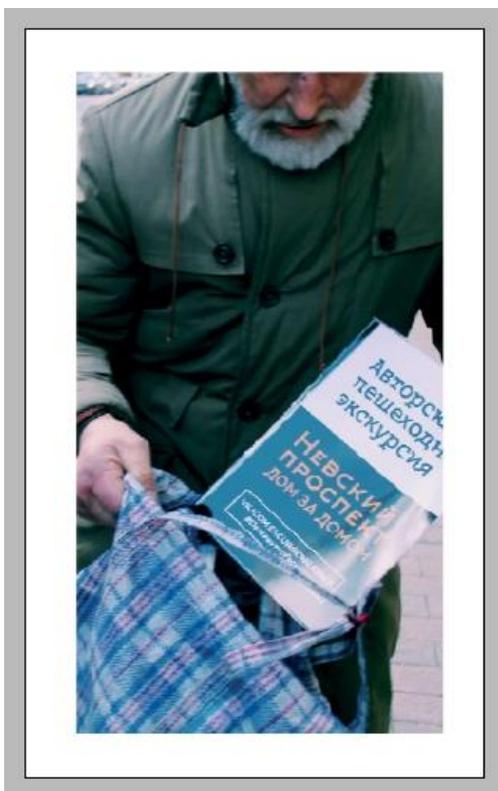


Рис. 10

Приложение 23



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

Приложение 24



Рис. 1



Рис. 2

Приложение 25



Рис. 1



Рис. 2

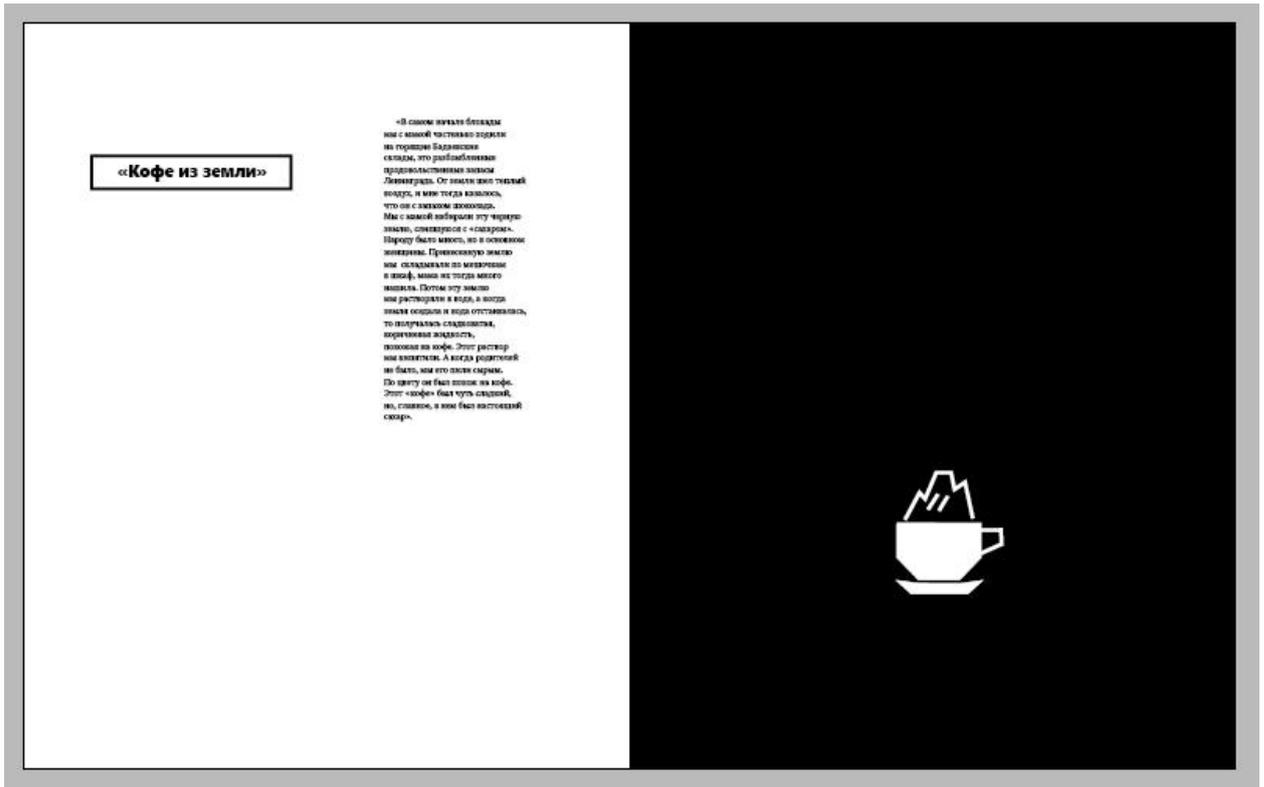


Рис. 3

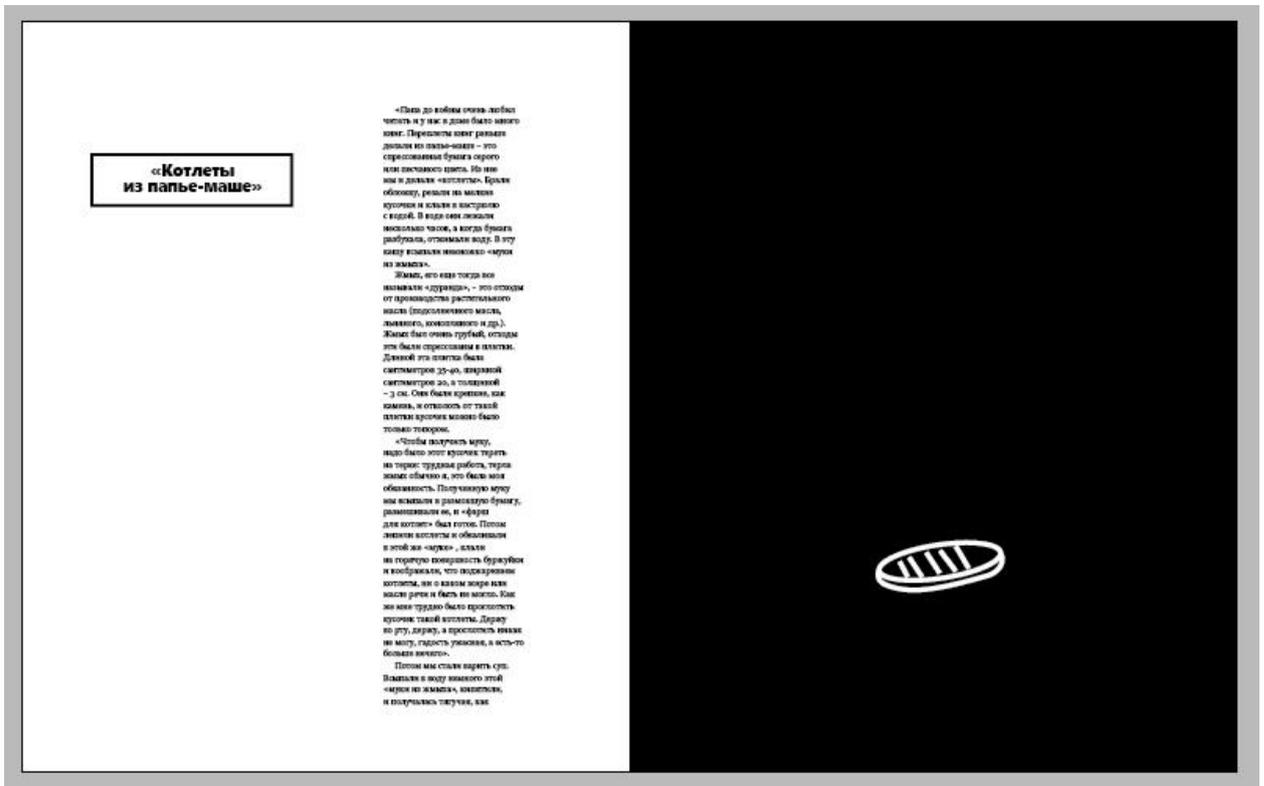


Рис. 4

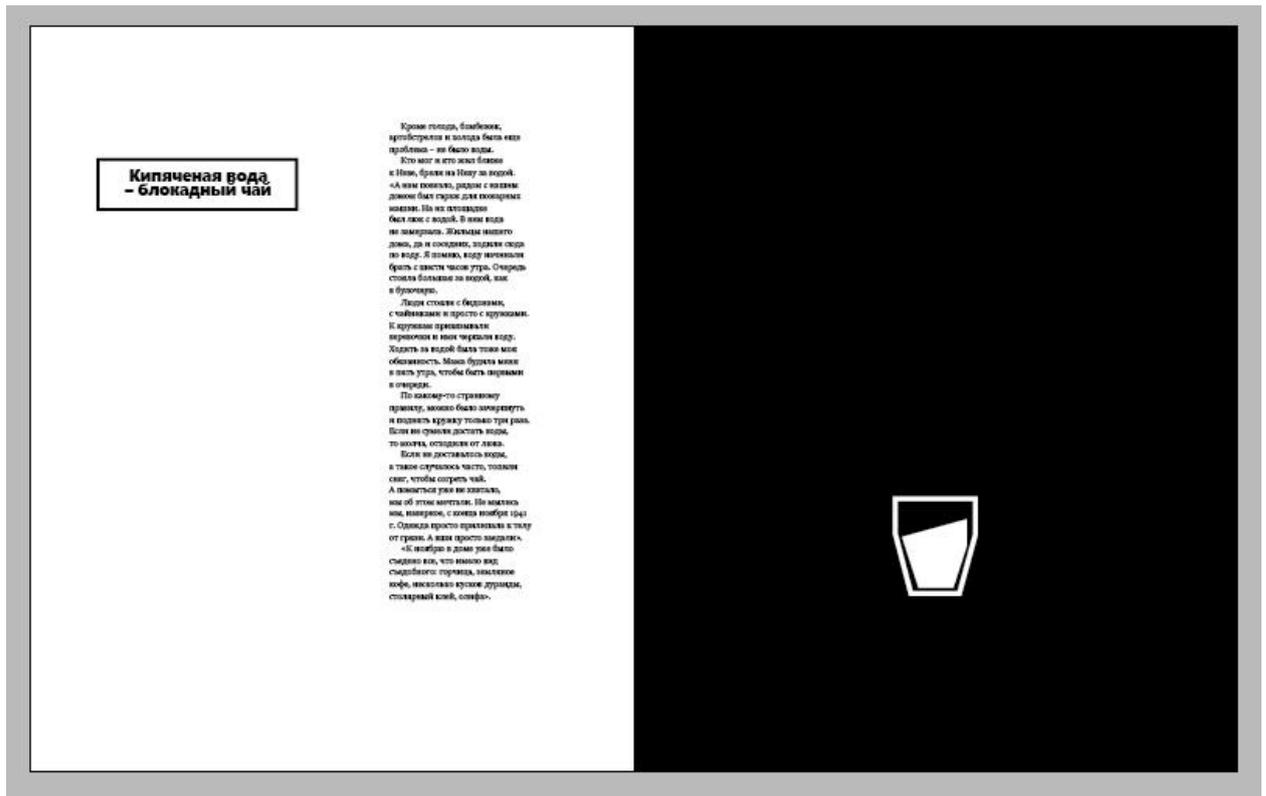


Рис. 7

Приложение 26



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9



Рис. 10

Приложение 27

**Экспертное интервью с журналистом, членом Союза писателей СПб,
членом Союза Российских писателей, членом СПб Союза журналистов**

Владимиром Соболев

– Насколько, на ваш взгляд, актуален представленный проект?

– Об актуальности проекта сложно сказать однозначно. На мой взгляд, было бы интереснее понять, а что молодежь может добиться от старшего поколения. Найти точки соприкосновения разных поколений. К примеру, от бабушки можно добиться не только пирожков с капустой, а простого жизненного совета. Или стандартная ситуация, что с родителями у нас отношения хуже, чем с бабушками, т.е. через голову родителей мы заглядываем «туда». Здесь нужно задуматься, что мы можем взять полезного от наших дедов? А для этого нужно понять: что же ребята хотят? Такое издание будет существовать в том случае, если вы не будете пытаться изменить отношение младших к старшим, а найдете точки, в которых они были бы интересны друг другу.

– Насколько издание «Геронда» необходимо для выбранной целевой аудитории?

– Говоря молодежь, вы не обозначаете целевую аудиторию, поскольку она всегда для издания более узкая. Здесь нужно задуматься: кому это должно быть интересно? Если вы выпускаете журнал, то он должен быть ориентирован на читателей грамотных и читающих. Здесь важно очень точно попытаться представить себе целевую аудиторию.

– Какие из предложенных решений поставленных задач, на ваш взгляд, самые удачные?

– Скорее всего, у каждой рубрики будет своя целевая аудитория, в силу разных интересов. И рассчитывать, что журнал будет интересен для всех – слишком наивно. Четко и определенно я могу сказать, что не нужно

соревноваться с интернетом. Все мы привыкли получать информацию в интернете. Я захожу на ленту «Фонтанки», проглядываю ее ежедневно. Журнал нужен для аналитики. Поэтому соперничать с интернетом в скорости и уровне подачи информации бессмысленно, вы заведомо проиграете. Но с аналитическими материалами вы можете выиграть.

К примеру, соотношение между иллюстрацией и текстом. На мой взгляд, иллюстрация должна быть дополнением к тексту. Она должна быть именно иллюстрацией. Но здесь нужно думать, чего хочет информация – необходим ей комикс или текст?

– Насколько печатная версия будет проигрывать электронной версии журнала?

– По моему убеждению, читать аналитические статьи удобнее в печатной версии, какую-то простую информацию проще получать из онлайн. Я бы ориентировался так: человек заходит на веб-страницу, видит анонсы нового номера и решает, нужен он ему или не нужен. Чем сложнее текст для восприятия, тем он офлайновее. При этом для аудитории вашего журнала не требуется большое количество аналитических текстов, скажем, два-три материала на номер будет достаточно. Все остальное это «закуска» и «десерт», но, помните, что «жаркое» должно быть.

– Для какого типа из трех описанных представителей аудитории он будет более интересен?

– На всех ориентироваться бессмысленно, поэтому нужно конкретно обозначить портреты аудитории. Я думаю, что нужно ориентироваться на среднюю часть, как меня всегда учили, что если идет речь о ценовом разбросе, то выбирай средний товар. Вот здесь, мне кажется, больше стоит ориентироваться на студентов, потому что из старших школьников подтянутся самые разумные, а работающей молодежи будет интересно вернуться в университетскую аудиторию, уйти от офисного существования, вспомнить, что такое интеллектуальный мир. Также не забывайте о мобильности: ни старшие школьники, ни работающие люди уже не так

мобильны как студенты. Тех еще родители не пускают, а этих уже семья придерживает.

Приложение 28

Комментарий журналиста Юрия Комболина

«Я считаю, что проект жизнеспособный и своевременный. Он не просто будет востребован, а получит отклик, как у старшего поколения, так и у молодежи. Здесь нужно найти направление, чтобы старшее поколение показывать не как музейные ценности, не как «доживающий» материал, а как «живущий». Причем «живущий» среди молодежи, и активно действующий, работающий, созидающий. Это о том, как он будет воспринят на рынке.

Рубрики, мне кажется, позволяют раскрыть актуальные для молодежи темы. Однако со временем абсолютно точно добавятся еще какие-то, потому что никогда вначале при подготовке издания к выходу на читателя и на героя не учтешь всего. Потом в процессе выпуска журнала станет понятно, какие еще рубрики необходимы. Возможно, конфликты и политика.

Стоит также продумать какие-то провокационные действия, чтобы возбудить интерес читателей к обсуждению».