

*На правах рукописи*



Вершинин Василий Александрович

**МЕТОД ЭКСПЕРИМЕНТА В ПРОЕКТИРОВАНИИ  
ПЕЧАТНЫХ И ЦИФРОВЫХ ИЗДАНИЙ**

10.01.10 – журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Воронеж – 2018

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет».

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
**Тулупов Владимир Васильевич**

Официальные оппоненты: **Васильев Сергей Леонидович**,  
доктор филологических наук, доцент,  
ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный  
университет имени Иммануила Канта»,  
Институт гуманитарных наук, профессор

**Олешко Евгений Владимирович**,  
кандидат филологических наук, доцент,  
ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого  
Президента России Б. Н. Ельцина»,  
кафедра периодической печати  
и сетевых изданий, доцент

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Московский государственный  
университет имени М. В. Ломоносова»**

Защита диссертации состоится 19 апреля 2018 года в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.038.18 в Воронежском государственном университете по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, к. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Воронежского государственного университета и на сайте [www.science.vsu.ru](http://www.science.vsu.ru).

Автореферат разослан 16 февраля 2018 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  Кажикин Александр Александрович

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Облик современных медиа, технологии их создания и способы распространения регулярно обновляются. Однако в течение последних десятилетий циклы появления, развития и угасания новых трендов в медиа-производстве становятся все короче. Под влиянием развития IT-сферы, появления новых технических возможностей в сфере медиа складывается ощущение рубежа эпох, становления журналистики нового типа, обладающей еще более широким влиянием и более совершенными технологиями, чем в XX веке. Как в свое время возможность иллюстрирования газет изменила их облик, а инфографика открыла мощные ресурсы для рассказывания историй и объяснения сложных явлений через визуальные образы, современная журналистика больших данных открывает новые перспективы для глубоких, исследовательских проектов в сфере журналистики. Развитие технологий виртуальной реальности и возможность создания мультимедийных историй без привлечения целого штата разработчиков, как это было еще недавно, а силами одного-двух специалистов в редакции, позволяет говорить о возможности широкого внедрения форм иммерсивной журналистики. Этот процесс уже начался во многих редакциях СМИ по всему миру. Еще более вдохновляющими выглядят эксперименты с внедрением искусственного интеллекта и машинного обучения в процесс производства СМИ и медиапотребления.

Однако большие возможности ставят перед исследователями и практиками медиа не менее большие вызовы. Внедрение новых технологий требует от многих рядовых журналистов освоения новых областей знаний: информатики, программирования, видеопроизводства, инженерного мышления для выполнения повседневных задач в редакции. Преподавателям факультетов и школ журналистики необходимо обучать технологиям, в которых их студенты разбираются порой лучше. Причем появляется необходимость не только освоения производства новых медиа, но и осмысления этических аспектов, коммуникационных возможностей, апробации новых жанров и многого другого.

Современное состояние журналистики требует постоянного экспериментирования как при подготовке отдельных материалов, так и при проектировании крупных медиапроектов и новых типов изданий, разработка которых в цифровую эпоху оказалась процессом сложным и многоуровневым. Для реализации экспериментальных проектов необходим системный подход, профессиональное понимание журналистских, коммуникативных и технологических процессов, слаженная командная работа, а также смелость экспериментатора.

**Актуальность исследования** обусловлена тем, что метод эксперимента неотделим от процесса медиапроектирования, особенно в части моделирования периодических изданий. Он давно стал прочной основой модернизации традиционных и разработки новых видов газет и журналов. Методики и опыт, последовательно излагаемые в учебных пособиях, монографиях и статьях В. В. Бакшина, С. Л. Васильева, С. Г. Газанджиева, С. И. Галкина, С. М. Гуревича, А. П. Киселева, И. Н. Табашникова, В. В. Тулупова,<sup>1</sup> начиная с середины 70-х годов прошлого века, востребованы и в современных быстро меняющихся реалиях функционирования периодики. Отличительные черты метода эксперимента и его возможностей в настоящее время определяются расширением спектра изданий, видов проектных задач, сопровождающихся комплексом проблем, новыми способами их решения, требующими включения экспериментальной составляющей в виды и методы медиапроектирования. В частности, в постановку и решение проблем типологии эксперимента, адаптации его видов к корректировке уже существующих и разработке типологически и структурно новых изданий.

---

<sup>1</sup> См.: Бакшин, В. В. Оформление газет разного типа / В.В. Бакшин. – Москва : Изд-во МГУ, 1981; Васильев, С. Л. Средства и способы ориентирования читателя в содержании периодических изданий : дисс. ... канд. филол. наук. – 10.01.10 / С.Л. Васильев – Москва, 1985; Галкин, С. И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. Общее и особенное в художественно-техническом конструировании периодических изданий / С.И. Галкин. – Москва : Изд-во МГУ, 1984; Гуревич, С. М. Оформление и выпуск районной газеты / С.М. Гуревич. – М. : Книга , 1969; Киселев, А. П. От содержания – к форме / А.П. Киселев. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1974; Табашников, И. Н. Газета делается по модели / И. Н. Табашников. – Москва: Изд-во МГУ, 1980; Тулупов В. В. Оформление молодежной газеты: теория и практика (на материале областных газет РСФСР): дисс. ... канд. филол. наук / В.В. Тулупов. – Воронеж, 1982.

Проблема адаптации традиционных методик композиционно-графического моделирования к современным тенденциям и задачам развития средств массовой информации обусловливается рядом факторов.

### *1. Расширение видового и типологического ассортимента СМИ.*

Появляются новые виды медиа: интернет-порталы, мобильные приложения, издания в социальных сетях. Активно развиваются и традиционные, и типологически нестандартные издания малых и средних аудиторных групп, специализированная корпоративная пресса, которые определяются новыми требованиями аудиторных групп и издателей.

### *2. Развитие визуальных форм коммуникации.*

В настоящее время как никогда востребованы графические форматы представления информации: рисунки, фотографии, инфографика, видео и трехмерные изображения. Это, в частности, подтверждается исследованиями EyeTrack, проведенными Институтом Пойнтера (США)<sup>2</sup>.

### *3. Развитие форм взаимодействия между редакцией и аудиторией.*

Журналисты активно используют социальные сети, блоги, голосования, трансляции, чат-боты с искусственным интеллектом, различные формы подписки. Возникли и такие формы взаимодействия читателя (пользователя) с цифровой средой существования новых медиа, как интерактивные формы медиа, тактильные свойства электронных устройств, виртуальная реальность и мн. др.

Таким образом, не только композиционный и графический, но и тематический и жанровый уровни моделирования, технологические, типологические, видовые факторы проектирования требуют переосмысления, так как их обновление открыло широкий спектр ресурсов, предполагающих использование метода эксперимента.

**Цель исследования** – представить специфику метода эксперимента в процессе моделирования и проектирования печатных и цифровых периодических изданий.

Достижение поставленной цели предполагает решение ряда **задач**:

---

<sup>2</sup> См.: Looking Back at EyeTrack: Poynter's History of Studying Reader Habits [Электронный ресурс] – URL: <http://about.poynter.org/about-us/press-room/looking-back-eyetrack-poynters-history-studying-reader-habits-66> (дата обращения: 16.04.2017).

1. Представить типологию эксперимента, методики и опыт экспериментирования, проанализировать возможности и способы адаптации метода эксперимента к различным сферам деятельности и науки.

2. Продемонстрировать возможности использования системного подхода и теории прикладного системного анализа в практике моделирования периодических изданий.

3. Рассмотреть возможности адаптации метода эксперимента к решению задач комплексного подхода к моделированию и проектированию периодики.

4. Показать возможности функционально-матричного подхода к моделированию и проектированию изданий.

5. Разработать матрицу комплексного моделирования и проектирования периодических изданий с включением уровня мультимедийных элементов издания.

6. Обобщить авторский опыт решения экспериментальных прикладных задач по проектированию периодических печатных изданий и цифровых медиапроектов для планшетных компьютеров.

**Объектом исследования** является процесс использования метода эксперимента в технологии создания медиапроектов; **предметом исследования** – экспериментальные проекты, созданные отечественными и зарубежными специалистами, а также – выполненные автором диссертации лично или при участии студентов факультета журналистики Национального исследовательского Томского государственного университета (далее – НИ ТГУ) с целью апробации различных типов экспериментального проектирования.

**Гипотеза исследования** состоит в том, что метод эксперимента является неотъемлемой частью проектирования печатных и цифровых изданий, его виды, характеристики и этапы суть эффективные инструменты решения прикладных и исследовательских задач медиапроектирования, поскольку повсеместное внедрение новых технологий определяет новые типы чтения, медиапотребления, новые способы конкуренции за аудиторию, требующие системного осмысления и постоянного экспериментирования.

Характеристики и компоненты модели издания (его вид, тип, целевая аудитория, стилевые особенности оформления), могут диктовать условия про-

ведения эксперимента. Сам же эксперимент, на наш взгляд, может служить обоснованием для корректировки модели в дальнейшем. Такая закономерность является источником улучшения методики моделирования и проектирования в дальнейшем, так как с каждым новым циклом эксперимента она может становиться все совершеннее. Но в то же время даже отрицательный результат поставленного эксперимента может стать конструктивным фактором разработки или модернизации структуры содержания и оформления печатного или цифрового издания.

**Методы исследования.** В исследовании диссертант руководствовался системным подходом и общенаучными методами исследования: абстрагирование, идеализация, моделирование, экстраполяция и эксперимент.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что в диссертации впервые: метод эксперимента рассматривается не только как метод сбора информации или жанр журналистики, но и как инструмент процесса моделирования и проектирования издания; обоснован и представлен мультимедийный уровень схемы комплексного моделирования издания; разработаны и представлены экспериментальные медиапроекты в области цифрового паблишинга; обобщены и систематизированы отечественный и зарубежный опыт проведения эксперимента в процессе моделирования СМИ – в научный оборот введены новый региональный и мировой материал.

**Степень научной разработанности темы.** Тема исследования имеет междисциплинарный характер, вследствие чего автор обращался к трудам многих исследователей в области философии, системного анализа, теории и практики журналистики, которые можно классифицировать следующим образом: работы по методам и методикам научного эксперимента Г. Герца, Д. Кэмпбелла, В. В. Налимова, Х. Раддера, А. Ю. Сторожук, В. А. Ядова<sup>3</sup>; работы по системному мышлению и анализу, управлению

---

<sup>3</sup> См.: Эксперимент. Модель. Теория : сборник статей / отв. ред. Г. Гёрц, М.Э. Омеляновский. – Москва-Берлин: Наука, 1982; Кэмпбелл, Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Д. Кэмпбелл. – Москва : Изд-во Прогресс, 1980; Налимов, В. В. Теория эксперимента / В. В. Налимов. – Москва : Наука, 1971; Раддер, Х. Подходы к более развитой философии научного экспериментирования / Х. Раддер // Философия науки. – 2004. – № 3 (22). – С. 92-93; Сторожук, А. Ю. Философия научного эксперимента: реакция на кризис рационализма / Сторожук А. Ю. // Философия науки. – 2004. – №3. С. 87-120; Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – Москва : Добросвет, 2000.

системами Р. Акоффа, Майкла С. Джексона, В. В. Качалы, В. М. Мишина, Ф. И. Перегудова, Ф. П. Тарасенко<sup>4</sup>; работы по теории и практике использования метода эксперимента в журналистике Л. В. Кашинской, М. Н. Кима, Е. П. Прохорова, А. А. Тертычного, Т. В. Шумилиной<sup>5</sup>; работы по дизайну и моделированию периодических изданий А. А. Беляева, В. В. Бакшина, С. Л. Васильева, В. В. Волковой, С. И. Галкина, С. Б. Головки, А. П. Киселева, Ю. Н. Мясникова, А. С. Сундукова, И. Н. Табашникова, В. В. Тулупова, Марио Гарсиа, Йоланды Заппатеры, Франческо Франки<sup>6</sup>.

**Теоретико-методологическую базу** кандидатской диссертации составили труды отечественных и зарубежных исследователей. Наиболее

---

<sup>4</sup> См.: Акофф, Р. Там же; Джексон, Майкл, С. Там же; Качала, В. В. Там же; Мишин, В. М. Исследование систем управления: учебник для вузов / В. М. Мишин. – 2-изд. стереотип. – Москва : ЮНИТА-ДАНА, 2005; Перегудов, Ф. И., Тарасенко, Ф. П. Основы системного анализа / Ф. И. Перегудов, Ф. П. Тарасенко. – Томск: Изд-во НТЛ, 2001; Тарасенко, Ф. П. Прикладной системный анализ : учебное пособие / Ф. П. Тарасенко. – Москва : КНОРУС, 2010.

<sup>5</sup> См.: Кашинская, Л. В. Эксперимент как метод журналистской деятельности / Л. В. Кашинская // Вестник Моск. Ун-та, Сер 10, журналистика. – 1986. – № 6. С. 26-32; Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001; Прохоров, Е. П. Исследуя журналистику. Теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. Учебное пособие / Е. П. Прохоров. – Москва : РИП-холдинг, 2005; Тертычный, А. А. Социальное познание в журналистике (методология, методы, методика) / А. А. Тертычный. – М. : УПЛ ф-та журн. МГУ, 2009; Шумилина, Т. В. Методы сбора информации в журналистике: Учебно-методическое пособие / Т. В. Шумилина. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1983.

<sup>6</sup> См.: Беляев, А. А. Особенности графической модели Интернет-версий периодических изданий (на материале итальянских СМИ) : дисс. ... канд. филолог. наук: 10.01.10 / А.А. Беляев. – Москва, 2009; Бакшин, В. В. Оформление газет разного типа / В.В. Бакшин. – М. : Изд-во МГУ, 1981; Васильев, С. Л. Удобочитаемость газеты и журнала / С.Л. Васильев. – Воронеж: Кварта, 2010; Волкова, В. В. Специфика медиадизайна / В. В. Волкова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2014. – № 4. – С. 5-21; Галкин, С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: Учеб. пособие / С.И. Галкин. – М. : Аспект Пресс, 2007; Головки, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий : учеб. пособие / С.Б. Головки. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008; Киселев, А. П. От содержания – к форме / А.П. Киселев. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1974; Мясников, Ю. Н. Блок-схема контрактного моделирования и проектирования газет и журналов как инструментом определения содержания проекта и возможностей его разработки / Ю. Н. Мясников // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. – 2011. – № 2 (14). – С. 131–144; Сундуков, А. С. Дизайн российских журналов: История, теория, практика : дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / А.С. Сундуков. – Воронеж, 2011; Табашников, И. Н. Газета и дизайн / И. Н. Табашников. – Тюмень: СофтДизайн, 1994; Тулупов В. В. Дизайн периодических изданий. Учебник / В. В. Тулупов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006; Garcia, M. iPad Design Lab – Basic: Storytelling in the Age of the Tablet. North Light Books, 2012; Yolanda Zappaterra. Editorial Design: For Print and Electronic Media. Rockport Publishers (August 2002); Franchi F. Designing News. Changing the World of Editorial Design and Information Graphics / F. Franchi. – Berlin : Geshtalten, 2013.



значимыми для данного исследования являются работы отечественных специалистов по моделированию прессы, таких, как С. И. Галкин, А. П. Киселев, Ю. Н. Мясников, В. В. Тулупов<sup>7</sup>, а также специалистов по системному подходу и управлению системами: В. М. Мишина, Ф. И. Перегудова, Ф. П. Тарасенко<sup>8</sup>. Кроме того, большое влияние оказали работы зарубежных специалистов по медиадизайну: Марио Гарсия, Йоланды Запатерры, Франческо Франки<sup>9</sup>.

В качестве **эмпирической базы** использованы издания *The New York Times*, *Quartz*, *Vox.com*, *BuzzFeed*, *Columbia Daily Tribune*, *TheSkimm*, *The Des Moines Register*, *Narratively*, *Nautilus*, блог-платформа *Medium*. Также в рамках диссертационного исследования с точки зрения применения метода эксперимента были проанализированы издания, выполненные автором индивидуально или в сотрудничестве со студентами факультета журналистики в период с 2008 г. по 2014 г. Печатные издания: альманах «Гуманитарий» филологического факультета ТГУ (2008 г.); ежемесячник газетного типа «Охотники и рыболы Сибири» (2008–2009 г.); корпоративная газета Бийского олеумного завода «За прогресс» (2009 г.); журнал «Следующий шаг» (2009 г.); журнал Министерства энергетики Татарстана «Практики свободы» (2010 г.); журнал «Театральная площадь» (2012–2013 гг.); экспериментальный районный медиахолдинг на базе газеты «Шегарский вестник»; газета «Советское Приангарье»

---

<sup>7</sup> См.: Галкин, С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: Учеб. пособие / С.И. Галкин. – М. : Аспект Пресс, 2007; Киселев, А. П. От содержания – к форме / А.П. Киселев. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1974; Мясников, Ю. Н. Технология матричного комплексного проектирования прессы региона : учебное пособие / Ю. Н. Мясников – Томск: учебно-экспериментальное издательство, 2013; Тулупов, В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама: Новые тенденции в издании газет / В. В. Тулупов. – Воронеж: Кварт, 2001; Тулупов, В. В. Техника и технология медиадизайна. Книга 1: Пресса / В. В. Тулупов. – Москва: Аспект Пресс, 2018.

<sup>8</sup> См.: Мишин, В. М. Исследование систем управления: учебник для вузов / В. М. Мишин. – 2-изд. стереотип. – Москва : ЮНИТА-ДАНА, 2005; Перегудов, Ф. И., Тарасенко, Ф. П. Основы системного анализа / Ф. И. Перегудов, Ф. П. Тарасенко. – Томск: Изд-во НТЛ, 2001; Тарасенко, Ф. П. Прикладной системный анализ : учебное пособие / Ф. П. Тарасенко. – Москва : КНОРУС, 2010.

<sup>9</sup> См.: Garcia, M. iPad Design Lab – Basic: Storytelling in the Age of the Tablet. North Light Books, 2012; Yolanda Zappaterra. Editorial Design: For Print and Electronic Media. Rockport Publishers (August 2002); Franchi F. Designing News. Changing the World of Editorial Design and Information Graphics / F. Franchi. – Berlin : Geshtalten, 2013.

(2013 г.); журнал «Томь» (2014 г.). Цифровые издания «Зеленый Марс» (2014 г.), «10 пунктов» (2014 г.) и «Городские птицы» (2014 г.). Всего проанализировано 22 издания.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в развитии идей моделирования в журналистике, в частности, в дополнении концепции комплексного моделирования за счет использования мультимедиа и интерактивных возможностей электронных устройств в цифровых изданиях. В работе представлена типология использования метода эксперимента в процессе медиапроектирования.

**Практическую значимость** работы составляет возможность использования положений диссертации в процессе медиапроектирования. Помимо этого, исследование может быть полезно действующим журналистам, так как в нем освещены актуальные технологические аспекты процесса моделирования и проектирования современных изданий, затрагивающие всех работников редакций и проектных групп.

**Достоверность и объективность результатов** исследования определяют следующие факторы: методологическая обоснованность теоретических положений, обширная и разноплановая теоретическая база (208 источников), объем проанализированного эмпирического материала, созданного автором исследования.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Экспериментальная деятельность, являющаяся одним из основополагающих методов естественно-научного познания, становится необходимым инструментом современного медиапроектирования в условиях активного освоения новых технологий и форм взаимодействия с аудиторией.

2. Эксперимент как один из этапов функционально-матричного подхода к построению модели издания позволяет проверить ключевые гипотезы при определении типа проектируемого издания, определить сильные и слабые стороны в построении модели печатного или цифрового издания, при необходимости – провести ее корректировку.

3. В цифровых изданиях (в отличие от печатных, методики комплексного моделирования которых разработаны и лишь требуют уточ-

нения) крайне востребован метод эксперимента и такие его конкретные методики, как наблюдение, фокус-группа, глубинное интервью, А/В-тестирование и др., позволяющие определить наиболее вероятные сценарии пользовательского поведения при работе с цифровым изданием.

4. Метод эксперимента, формы и методики его применения могут быть эффективной составляющей учебного процесса на факультетах журналистики университетов на специализациях по проектированию и дизайну печатных и цифровых изданий, комплексному медиапроектированию и в области применения передовых медиатехнологий.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты исследования были изложены в докладах на международных и всероссийских научно-практических конференциях: «Проблемы массовой коммуникации» (Воронеж, ВГУ, 2012–2014 гг.), «Журналистика в поисках моделей развития» (Томск, ТГУ, 2011–2016 гг.), «Актуальные проблемы журналистики» (Томск, ТГУ, 2011–2016 гг.), «Дизайн СМИ: тренды XXI века» (Москва, МГУ, 2014–2016 гг.), «Connect-Universum 2014. Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски» (Томск, ТГУ, 2014). Основные идеи и материалы диссертации отражены в четырнадцати публикациях, три из которых представлены в научных журналах, рецензируемых ВАК – «Вестник ТГУ. Филология» и «Вестник ВГУ. Филология. Журналистика».

Теоретические и практические выводы, а также отдельные разделы диссертационного исследования были включены в лекционные и практические материалы в процессе преподавания ряда учебных курсов для студентов факультета журналистики НИ ТГУ.

Кроме того, представленная в диссертации технология использования метода эксперимента в процессе дизайнера и редизайнера изданий, была апробирована в ряде хоздоговорных НИР, в которых автор принимал участие в качестве ответственного исполнителя:

1. «Разработка композиционно-графической модели журнала «Практики свободы» (респ. Татарстан)». НИ ТГУ, 2011 год.
2. «Разработка концепции и модели редизайна газеты «Советское Приангарье» (Красноярский край)». НИ ТГУ, 2013 год.
3. Разработка концепции и модели молодежного приложения к газете «Шегарский вестник». НИ ТГУ, 2013 год.

**Структура и объем диссертации** определяются целью и задачами исследования и содержат введение, две главы (пять параграфов), заключение, библиографический список и приложения. Объем диссертации – 225 страниц, библиография – 208 наименований.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность и новизна выбранной темы, определяются предмет и объект исследования, формулируются цель работы и ее задачи, характеризуются методы исследования, определяется его практическая и теоретическая значимость, указываются положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Метод эксперимента в различных областях науки и сферах деятельности»** представлены различные варианты адаптации и использования метода эксперимента в естественных и гуманитарных науках, а также рассмотрена возможность его использования в технологиях моделирования и проектирования современных средств массовой информации. Представленные обзор и анализ литературы позволяют утверждать, что, будучи основополагающим методом естественно-научного познания, экспериментальная деятельность уверенно и эффективно применяется также в социальных и гуманитарных науках, во многих сферах деятельности, включая журналистику.

Рассматривая эксперимент как метод эмпирического исследования, можно утверждать, что активная роль исследователя-модератора или команды разработчиков, выбор условий и получение количественных и качественных данных являются определяющими в процессах

проектирования изданий на стадии прогнозирования их будущего функционирования, невозможного без эксперимента. Принимая разделение эксперимента на натуральный и мысленный<sup>10</sup>, уточним, что в близких медиадизайну областях эксперимент – это не только метод организации проекта, а неотделимая часть практики графического дизайна, своего рода эстетический прием. Экспериментальный характер может носить как отдельный художественный проект, так и целое стилевое направление. Знаменитые эксперименты художников в первой трети XX века породили и отдельные направления, и школы, которые оказали огромное влияние на развитие дизайна в последующие десятилетия. Наиболее знаковыми экспериментами XX века можно назвать работы конструктивистов в СССР и приемы, использованные в школе Баухаус (Германия) в самых разных областях: дизайне, фотографии, архитектуре. Кроме того, экспериментальными по своей сути стали целые направления в графическом дизайне и искусстве: футуризм, дадаизм, де стейл, новая типографика, польская школа плаката, психоделия, панк, новая волна, постмодернизм. Эти эксперименты навсегда остались в истории графического дизайна и до сих пор служат предметом вдохновения при создании образов как в графике, так и в медиадизайне.

Экспериментальные проекты на страницах журналов являются способом разнообразить графический стиль издания, создать особый ритм для привлечения внимания. Например, знаковыми примерами такой практики для своего времени являются работы американского дизайнера, эмигранта из России и создателя первой профессиональной американской школы дизайна Алексея Бродовича в журнале *Harper's Bazaar* в 1930–1950-е гг., а также знаменитого дизайнера Дэвида Карсона в журнале *Ray Gun* в 1990-е гг., породившие множество последователей.

Во втором параграфе приведены разнообразные примеры использования эксперимента в отечественной журналистике, связанные

---

<sup>10</sup> См.: Мишин, В. М. Исследование систем управления: учебник для вузов / В. М. Мишин. – 2-изд. стереотип. – Москва : ЮНИТА-ДАНА, 2005, с. 217–218.

с адаптацией методики эксперимента к практической работе журналиста-автора: на этапах наблюдения, получения информации о каком-либо явлении, ее отражения в медиа в виде тех или иных нетрадиционных текстовых, иллюстрационных, коммуникативных, графических и др. элементов. Отмечено, что многие функции и прикладные задачи, связанные с журналистикой и медиапроизводством, не попадали в фокус медиаисследователей. Например, моделирование и проектирование изданий, которые редко обходятся без постановки технологически значимых экспериментов и которые отличаются целями, формами проведения и многими другими факторами. В зарубежных публикациях отражены примеры использования метода эксперимента как значимой части процесса медиапроектирования, но не обозначена технология, отсутствует системный подход к эксперименту в функционировании моделей издания.

Проанализированы несколько изданий и медиапроектов, которые исследователи Колумбийского университета (США) считают экспериментальными. Кроме того, выявлены установки на экспериментальную деятельность в редакционной политике изданий *The New York Times* и *Quartz*. Так, методологически значимым видится утверждение, приведенное в отчете газеты *The New York Times* о необходимости ориентации именно на научное понимание метода эксперимента, а не на абстрактное «опробование чего-то нового». А представленная в редакционных документах этой газеты практика использования «циклов улучшения» (эксперимент – измерение эффективности – исследование результатов – закрытие неудачных проектов и опора в дальнейшем на успешные) вполне соответствует требованиям прикладного системного анализа – методологически значимой опоры комплексного моделирования изданий, неотъемлемой частью которого является эксперимент.

В третьем параграфе эксперимент представлен одним из этапов функционально-матричного подхода к построению комплексной модели издания. Такой подход позволяет с помощью ряда методик, таких,

как «дизайн-мышление» или «дизайн-цикл», а также, в частности, фокус-групп, опросов и глубоких интервью, проверить ключевые гипотезы при определении типа издания, сильных и слабых сторон в построении модели печатного или цифрового издания, при необходимости – провести последующую корректировку.

В процессе работы над проектом издания определяются типовые задачи моделирования: исследовательские и прикладные, которые являются обоснованием экспериментальной составляющей работы над проектом.

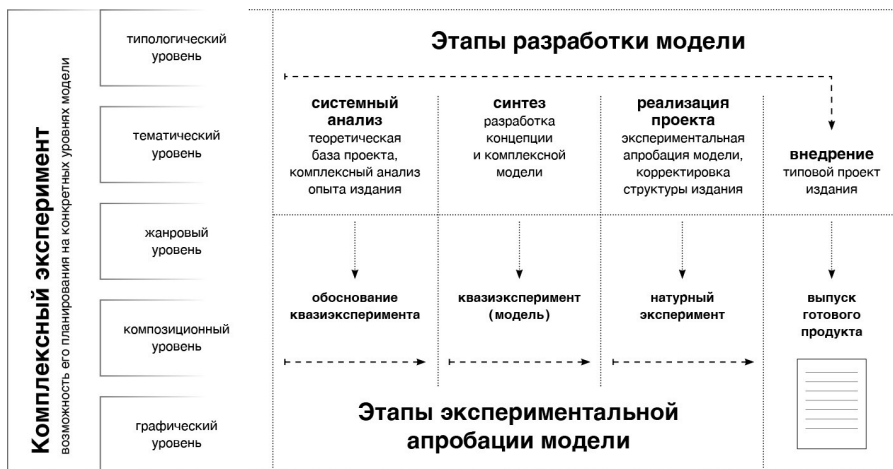
Нам представляется принципиально значимым разделить эксперименты в области медиапроектирования на несколько основных типов, положив в основу функционально-матричный подход, модуль матричного моделирования и основные виды экспериментирования:

1. *Комплексный эксперимент* – это эксперимент в решении исследовательских задач на всех уровнях модели.

2. *Факторный эксперимент* – это эксперимент, в ходе которого определяющим фактором (или факторами) становится ориентация на один (или несколько) уровней или этапов комплексного моделирования.

3. *Экспериментальная апробация модели* – эксперимент как один из этапов реализации проекта.

Кроме того, на этапе осмысления условий проведения эксперимента предложена классификация эксперимента, исходя из возможности (и необходимости) обоснования понятийного и терминологического аппарата социологического экспериментирования. Это приемлемые элементы классификации для сферы комплексного медиапроектирования: мысленный эксперимент или квазиэксперимент (не апробированная модель издания), натурный квазиэксперимент (опыты на модели издания) и натурный эксперимент (выпуск продукта на рынок). Автором разработана схема матричного экспериментального моделирования изданий (рис. 1).



*Рисунок 1. Схема матричного экспериментального моделирования изданий*

Эти этапы позволяют планировать и описывать процесс проектирования издания таким образом, чтобы можно было выделить каждую конкретную экспериментальную составляющую или отдельный этап в процессе комплексного проектирования издания.

Экспериментальные исследовательские задачи в сфере медиапроектирования могут носить поисковый или проверочный характер. В первом случае задача состоит в поиске новых решений, ходов, апробации новых технологий с целью построения гипотез, требующих последующей проверки в рамках цикла экспериментальных процедур на разных этапах проектирования издания. Поисковые эксперименты стали необходимой частью практики выпуска не только традиционных, но и современных видов изданий, возникающих на этапе развития и внедрения новых информационных технологий, электронных устройств и видов изданий.

Автором диссертации разработана схема процесса проектирования печатных и цифровых изданий (рис. 2), отражающая наиболее значимые этапы, роль эксперимента в комплексном моделировании медиа, подчеркивающая итеративный характер процесса моделирования.





*Рисунок 2. Схема медиапроектирования, отражающая место эксперимента в процессе комплексного моделирования*

Во второй главе «**Практика адаптации метода эксперимента к технологии комплексного медиапроектирования**» представлен практический опыт адаптации и применения метода эксперимента к технологиям моделирования и проектирования печатных и цифровых средств массовой информации на основе системного подхода, в том числе прикладного системного анализа, традиций и современных тенденций развития теории и практики моделирования периодических изданий, а также общенаучных и конкретизированных представлений об эксперименте как методе познания. Представленные в этой главе практики адаптации метода эксперимента проиллюстрированы примерами из профессиональной деятельности автора по медиапроектированию как в рамках выполнения хозяйственных и инициативных НИР, так и в учебном процессе на факультете журналистики НИ ТГУ (спецсеминар по проектированию цифровых изданий в виде приложений для электронных устройств).

Важнейший начальный этап процесса проектирования издания – определение характерных прикладных и экспериментальных задач, поскольку именно здесь формируется «экспериментальная повестка» проекта, определяются границы поиска новых решений. В процессе работы над представленными проектами стало ясно, что четкая фиксация таких границ способствует установлению взаимопонимания между заказчиками и их исполнителями.

Классификации, типы и характеристики эксперимента позволили проанализировать экспериментальные проекты, проведенные в рамках дис-

сертационного исследования. Анализируя возможности адаптации метода эксперимента к процессу моделирования и проектирования изданий, мы сформулировали на основе системного подхода следующие характеристики медиапроекта, которые дополнили общие типологические принципы экспериментального медиапроектирования:

- тип эксперимента по характеру вмешательства разработчика в процесс выпуска издания: *мысленный* (например, проектные предложения), *натурный* (выпуск готового проекта на рынок) и *натурный квазиэксперимент* (подготовка модели);

- тип эксперимента по характеру моделируемой области: *комплексный* или *факторный* (указывается конкретный уровень модели, в пределах которого выполняется эксперимент);

- *поисковый* и *проверочный* эксперименты, которые могут быть разными этапами натурального эксперимента; поисковый эксперимент предполагает лишь поиск новых форм визуальной коммуникации, проверочный требует апробации их наиболее востребованных форм в виде экспериментального выпуска издания (пилотного номера);

- *форма эксперимента* показывает, пилотный или корректировочный выпуск издания необходим, а также в каком объеме он проводился (один выпуск или серия);

- *статус эксперимента* определяет характер отношений между разработчиком и заказчиком проекта, в рамках которого ставится экспериментальная задача: инициативный, в т. ч. собственно авторский проект или контрактный, в т. ч. хоздоговорная НИР.

За все время участия в выполнении хоздоговорных и инициативных НИР на факультете журналистики ТГУ автором диссертации накоплен опыт разработки и корректировки комплексных и композиционно-графических моделей печатных и цифровых изданий, который позволил проанализировать и систематизировать возможности применения метода эксперимента к решению прикладных задач в области комплексного моделирования газет и журналов.

Практика позволила определить типы хронотопа для проведения эксперимента, подтвердить логику его проведения, выявить решающую роль

экспериментатора. На протяжении всей работы должен быть один исследователь-модератор или одна команда. Смена ролей в группе в ходе эксперимента ведет к негативному результату.

Сегодня важнейшей областью применения эксперимента является разработка новых типов изданий: веб-изданий, мобильных приложений, цифровых изданий, чат-ботов и многих других форм «новых медиа». Так, с 2013 г. работа автора диссертации была сконцентрирована на решении экспериментальных задач в области цифрового паблишинга – процесса моделирования, адаптации и выпуска традиционных изданий для электронных устройств

Сложности, описанные специалистами по современным медиа, исследования в данной области и опыт экспериментального выпуска цифровых изданий, которые мы рассматривали, показали, что методика комплексного моделирования изданий применима к данной сфере. Но она требует корректировки, дополнения, заключающегося во включении в матрицу комплексного моделирования и проектирования издания дополнительного уровня, который состоит из двух главных компонентов: пользовательского интерфейса и типов медиаконтента, используемых в том или ином издании, в зависимости от его характера, формата, целевой аудитории и многих других параметров, требующих дополнительных уточнений и поисковых экспериментов.

Одна из главных задач, стоящих перед автором диссертации, определялась необходимостью включения в мультимедийный уровень комплексной модели составляющих, связанных с пользовательским интерфейсом издания, что обусловлено необходимостью отдельного моделирования пользовательского поведения при использовании цифрового издания. Это поведение и алгоритм использования продукта могут отличаться в зависимости от характера контента, запросов целевой аудитории, ее среднего возраста, гендерного соотношения, привычек и других характеристик.

Разработка мультимедийного уровня модели издания и использование метода комплексного моделирования при проектировании изданий для интернета и электронных устройств открывают возможности для кроссплатформенного моделирования, выстраивания системы издания с учетом специфики разных платформ, имеющих в свою очередь аудиторные

отличия и разные технологические особенности, например, интерактивные и мультимедийные возможности.

Становится ясно, что в процессе участия в цифровых экспериментальных проектах студенты получают уникальный опыт исследования и решения спектра проблем, которые сейчас актуальны в сфере журналистики: освоение новых форматов медиа, создание эффективных композиционных схем для изданий на различных устройствах, цифровой сторителлинг, привлечение молодой аудитории к потреблению качественных медиапродуктов и многое другое. Такие проекты позволяют научиться работать в команде исследователей и менеджеров, дают арсенал универсальных методов решения проблем и учат не бояться экспериментировать.

Проведенные эксперименты позволяют судить о том, насколько эффективным способом распространения изданий для географически дифференцированных малых аудиторных групп, становятся электронные устройства и, соответственно, – формат цифрового издания. Динамика продаж мобильных устройств, которая увеличивает количество потенциальных потребителей цифровых изданий на сотни миллионов в год, и эволюция программных средств для цифрового паблишинга открывают огромные возможности для журналистики, издательского дела и профессионального обучения в этих областях. Также перспективными выглядят учебно-экспериментальные проекты цифровых изданий в процессе обучения медиадизайну и проектированию СМИ, поскольку представленный в диссертации материал показывает, что такие проекты получают значительно более широкую аудиторию, чем проекты для печатной среды. При этом обучающиеся получают навыки, которые необходимы для производства как цифровых, так и традиционных изданий.

Также эксперименты показали, что методика комплексного моделирования изданий применима к сфере цифровых и мультимедийных изданий. Но она требует корректировки, дополнения, заключающегося в расширении матрицы комплексного моделирования и проектирования издания за счет включения дополнительного мультимедийного уровня модели.

С каждым годом возрастает потребность в специалистах, способных выпускать издания для электронных устройств, создавать необходимый

для них контент, поскольку цифровые издания стали частью общемировой практики медиапроизводства. Но в данный момент в программах российских факультетов и школ журналистики практически отсутствует практика развития подобных компетенций.

Подготовка таких специалистов в современном образовательном процессе – тоже эксперимент, результаты которого еще неизвестны. Однако можно сказать, что принципы, экспериментально апробированные нами в рамках практикума по выпуску цифровых изданий, позволяют студентам, прошедшим обучение в области проектирования цифровых изданий, становиться конкурентоспособными специалистами, востребованными в веб-изданиях города Томска. Опыт по созданию интерактивных типов медиаконтента позволяет им создавать проекты для интернет-ресурсов, которые ранее не использовались томскими изданиями.

Освоение методов работы с различными инструментами создания интерактивного контента для цифрового паблишинга является значимым элементом подготовки специалистов наряду с теоретическими знаниями по журналистике и издательскому делу, перечисленными выше.

Практика показала, что не обязательно привлекать всех студентов-журналистов к работе над цифровыми изданиями, поскольку сложно добиться от всех одинаковой вовлеченности в процесс разработки медиапроекта и требовать качественных результатов от тех, кто видит свою профессиональную траекторию, проходящей вдалеке от сферы цифрового паблишинга. С другой стороны, знакомство с этой сферой необходимо для тех, кто получает образование в сфере медиадизайна. В данный момент на факультете журналистики ТГУ это решается через систему спецпрактикумов, курсовых и бакалаврских проектов. Этот опыт показал практическую значимость создания атмосферы эксперимента на всем протяжении цикла обучения. Цифровой паблишинг стал эффективным инструментом развития практических навыков в процессе подготовки специалистов по медиадизайну.

В **Заключении** подчеркивается, что представленная к защите работа является первой попыткой определить место метода эксперимента в системе комплексного моделирования и проектирования периодических изданий, открыть еще одну сторону использования эксперимента в жур-

налистской практике. В разделе содержатся основные выводы, подтверждающие корректность выдвинутой гипотезы исследования, в частности, перечислены основные виды экспериментирования в процессе проектирования печатных и цифровых изданий.

В **Библиографическом списке** приводится привлеченная в ходе исследования научная литература на русском и английском языках.

В **Приложении** представлены примеры анализируемых экспериментальных проектов, в том числе, выполненные автором диссертации.

**Содержание диссертации отражено в следующих публикациях (общий объем 4 п. л.):**

**Статьи в ведущих изданиях, включенных в перечень ВАК РФ:**

1. *Вершинин, В. А.* Возможности адаптации метода эксперимента к моделированию прессы региона / В. А. Вершинин // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2013. – № 3 (23). – С. 98–106.

2. *Вершинин, В. А.* Практика использования метода эксперимента в моделировании изданий / В. А. Вершинин // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2013. – № 6 (26). – С. 101–109.

3. *Вершинин, В. А.* О возможности использования метода эксперимента в журналистике / В. А. Вершинин // Вестник Воронежского государственного университета. Филология. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 133–139.

**Научные статьи, опубликованные в других изданиях:**

4. *Вершинин, В. А.* Экспериментальный дизайн СМИ (внедрение в учебный процесс) / В. А. Вершинин // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2010» [Электронный ресурс] – Москва. – 2010.

5. *Вершинин, В. А.* Некоторые особенности композиционно-графического моделирования комплекса изданий Шегарского медиахолдинга / В. А. Вершинин // Журналистика в поисках моделей развития: IV Всероссийская научно-практическая конференция (Томск, 27–30 окт. 2011 г.). – Томск. – 2011. – С. 198–202

6. *Вершинин, В. А.* Возможности адаптации метода эксперимента к моделированию и проектированию прессы региона / В. А. Вершинин

// Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 11–12 мая 2012 года. – Воронеж. – 2012. – С. 11–13.

7. *Вершинин, В. А.* Метод эксперимента в журналистике и моделировании прессы / В. А. Вершинин // Журналистский ежегодник. – 2013. № 2. – С. 34–37.

8. *Вершинин, В. А.* Цифровые издания как новая платформа для экспериментального моделирования прессы (на примере проекта «Зеленый Марс») / В. А. Вершинин // Акценты. Новое в массовой коммуникации: альманах. – Воронеж. – 2014. – Вып. 3-4 (122-123). – С. 9–12.

9. *Вершинин, В. А.* Цифровые издания как новая СМИ-платформа / В. А. Вершинин // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 16-17 мая 2014 г. Ч. II. – Воронеж. – 2014. – С. 139–141.

10. *Вершинин, В. А.* Экспериментальный студенческий айпад-журнал как образовательный инструмент / В. А. Вершинин, И. Ю. Мясников // Журналистский ежегодник. – 2014. – № 3. – С. 104–108.

11. *Вершинин, В. А.* Цифровое издание как инструмент в процессе обучения на факультете журналистики (на примере экспериментального журнала «10 пунктов») / В. А. Вершинин, Е. А. Шеламова // Дизайн СМИ: тренды XXI века: материалы IV Международной научно-практической конференции, 26–27 сент. 2014 г. – Москва. – 2014. – С. 84–90.

12. *Вершинин, В. А.* Цифровой паблишинг как актуальный формат студенческих медиапроектов (на примере iPad-издания «Зеленый Марс») / В. А. Вершинин // CONNECT-UNIVERSUM – 2014. – Томск. – 2015. – С. 76–82

13. *Вершинин, В. А.* Экспериментальный медиапроект в сфере цифрового паблишинга: опыт внедрения в учебный процесс на факультете журналистики / В. А. Вершинин // Медиадизайн: история, теория и практика. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. – С. 12–27

14. *Вершинин, В. А.* Экспериментальное мультимедийное издание в системе подготовки специалистов по медиадизайну / В. А. Вершинин // Дизайн СМИ: тренды XXI века: материалы V Международной научно-практической конференции, 25–26 ноября 2016 г. – Москва. – 2016. – С. 23–27.