

Медиадизайн сайтов российского регионального телевидения как система визуально-контентных решений

Архипова Наталья Андреевна – кандидат искусствоведения, доцент кафедры игровой индустрии. Российский технологический университет. Доцент кафедры «Журналистика». Московский международный университет. Москва, Россия.

E-mail: n.arkhipova@mmu.ru

Березова Карина Сергеевна – студент. Московский международный университет. Москва, Россия.

E-mail: karinaberezova@yandex.ru

Аннотация. Настоящее исследование посвящено результатам комплексного анализа медиадизайна веб-ресурсов регионального телевидения в России как системы визуально-контентных решений; фокусируется выявление структурно-функциональных закономерностей и типологических особенностей. На основе компаративного анализа репрезентативных кейсов («ТВ Поиск», «ОТВ», «Балашиха ТВ») разработана классификационная модель, интегрирующая следующие параметры: типологическую принадлежность, контентные стратегии, техническую реализацию (включая CMS, адаптивность, скорость загрузки) и визуально-дизайнерские решения. Результаты демонстрируют значительную гетерогенность медиаплатформ, обусловленную локальной идентичностью, технологическими факторами и когнитивными паттернами аудитории, а также выявляют корреляцию между дизайн-решениями и эффективностью пользовательского взаимодействия. Практическая значимость работы заключается в разработке критериев оптимизации региональных медиаресурсов для проектирования цифровых платформ нового поколения.

Ключевые слова: медиадизайн, региональное телевидение, веб-ресурсы, типология сайтов, контентные стратегии, визуальные решения, пользовательское взаимодействие, технические параметры, компаративный анализ, когнитивные паттерны.

Введение

АКТУАЛЬНОСТЬ исследования детерминирована трансформацией региональных телевизионных веб-ресурсов в полифункциональные коммуникативные платформы, где архитектура и медиадизайн формируются под влиянием противоречивых факторов: технологических инноваций, локальной идентичности и когнитивных особенностей аудитории. Научная проблема заключается в отсутствии систематизированной модели анализа медиадизайна как синтеза визуальных, контентных и технических компонентов. Целью работы выступает разработка типологии сайтов регионального ТВ на основе выявления корреляций между их структурно-функциональными характеристиками и эффективностью коммуникации. Методология интегрирует компаративный анализ кейсов, структурно-семиотический подход и технический аудит (PageSpeed Insights, адаптивность, CMS), что обеспечивает комплексность оценки медиадизайна как системы.

Типология веб-ресурсов регионального телевидения

Современные веб-ресурсы региональных телеканалов трансформируются в полифункциональные коммуникативные платформы, что обусловлено тенденцией к интерактивному участию аудитории в производстве медиаконтента, причем региональные телевизионные структуры демонстрируют здесь характерную для медиасистемы модель адаптации к актуальным трендам, включая стратегии вовлечения пользователей в редакционные процессы.

Таким образом, сайты региональных телеканалов эволюционируют из сугубо информационных ресурсов в сложноорганизованные медийные пространства, где архитектура, функциональные модули и визуальный

дизайн детерминированы совокупностью факторов: локальной идентичностью, технологическими ограничениями и когнитивными паттернами целевой аудитории.

В рамках данного исследования предлагается типология веб-ресурсов регионального телевидения, разработанная на основе компаративного анализа репрезентативных кейсов, среди которых:

- «ТВ Поиск» (г. Клин) — традиционный культурно-этнический медиапродукт с доминированием репортажного формата и ориентацией на локальный контекст;

- «ОТВ» (г. Одинцово) — мультимедийный гибридный ресурс, сочетающий универсальный контент с механизмами интенсивной пользовательской вовлеченности;

- «Балашиха ТВ» (г. Балашиха) — авангардная модель кабельного вещания, акцентирующая нишевый контент и экспериментальные формы репортажной журналистики.

Веб-ресурсы региональных телевизионных компаний демонстрируют значительную гетерогенность, что позволяет осуществлять их классификацию по ряду ключевых параметров, включая типологическую принадлежность, структурную организацию, дизайн-концепцию, тематическую направленность и техническую реализацию.

С точки зрения типологии сайты регионального телевидения дифференцируются на коммерческие, корпоративные, новостные и информационные, причем объектом данного исследования выступают именно новостные платформы, функционально ориентированные на освещение событий локального значения и включающие такие содержательные элементы, как репортажи о текущих событиях региона, анонсы культурных мероприятий и прямые трансляции.

Визуально-дизайнерские и технические доминанты

Для анализа структурно-композиционных особенностей сайта необходимо, прежде всего, определить его сущность: согласно Большому толковому словарю под редакцией С.А. Кузнецова, сайт представляет собой часть информационной системы с уникальным адресом, воспринимаемую пользователем как единое целое (Кузнецов 2020).

Термин «медиадизайн», как и многие другие термины, составной частью которых является «медиа», не имеет однозначной трактовки в силу своей относительной новизны и широты применения. При этом, работая с корпусом текстов по данной теме, удалось обнаружить, что многими авторами используются крайне схожие подходы к определению медиадизайна и таких понятий, как «информационный дизайн», «графический дизайн», «web-дизайн», «дизайн электронной среды», «интерактивный дизайн» и «коммуникационный дизайн» (Давыдов 2025: 308).

При проектировании сайтов регионального телевидения особое значение приобретают такие параметры, как структура, композиция, визуальное оформление и контент, поскольку именно их гармоничное сочетание обеспечивает привлекательность ресурса, удержание аудитории и стимулирование пользовательской активности. Главная задача медиадизайна — создание комфортной и интересной среды для каждого посетителя.

Композиция в медиадизайне представляет собой организацию пространства, обеспечивающую целостность элементов и их взаимодействие с пользователем (Смирнова 2021). Ее значимость обусловлена когнитивными паттернами восприятия: логичная структура информации соответствует принципам работы мозга, повышает комфорт восприятия и автоматически направляет пользователя, фиксируя лояльность и стимулируя активность.

Ключевые аспекты:

- целостность системы (единство элементов);
- когнитивное соответствие (адаптация под нейрофизиологию восприятия);
- поведенческое воздействие (управление вниманием и лояльностью).

Не менее значимым аспектом анализа выступает техническая составляющая, подразумевающая оценку используемой системы управления контентом (CMS), показателей производительности (включая скорость загрузки страниц) и степень адаптивности интерфейса к различным устройствам.

Параллельно осуществляется структурно-семиотический анализ, предполагающий исследование архитектоники веб-ресурса (глубина вложенности страниц, юзабилити-факторы) и контентной стратегии, а также визуально-дизайнерских решений, где особое внимание уделяется цветовой палитре, типографике и другим стилеобразующим элементам.

Применение указанной методологии позволяет осуществить комплексную систематизацию характерологических особенностей региональных медиаресурсов, а также идентифицировать наиболее эффективные модели их организации, что обуславливает практическую значимость данного исследования, выходящую за рамки сугубо классификационных задач и открывающую перспективы для проектирования аналогичных цифровых платформ.

В медиадизайне может использоваться одна или несколько точек фокусировки, при этом одна из них главная, а остальные привлекают дополнительное внимание. Для формирования направления взгляда дизайнеры применяют два основных паттерна: Z и F. Паттерн Z предполагает чтение слева направо и по диагонали, повторяя форму буквы Z, а паттерн F — вертикальное сканирование слева и затем горизонтальное сверху вниз. В современном дизайне важно учитывать быстрое восприятие информации пользователями и выбирать паттерн в зависимости от содержания сайта и особенностей целевой аудитории для эффективного привлечения внимания (Сарна 2020: 219).

Необходимо акцентировать, что современные веб-ресурсы региональных телевизионных компаний занимают промежуточное положение в медийном пространстве, находясь на пересечении традиционных эфирных технологий и инновационных цифровых решений, при этом их эволюция, отражающая глобальные медиатренды, демонстрирует явную динамику перехода от примитивных малофункциональных структур к сложноорганизованным мультимедийным системам с расширенным коммуникативным потенциалом.

Визуальное оформление сайта играет ключевую роль, поэтому для эффективности и запоминаемости используют контрасты и цвет. Цвет помогает выделить важные элементы, создать нужное впечатление и вызывать позитивные эмоции. Разные цветовые комбинации передают определенные послы целевой аудитории: яркие цвета стимулируют радость и эмоции, а монохромные оттенки — умиротворение и спокойствие. Дизайнер, выбирая подходы к цвету, управляет настроением пользователей сайта.

Контраст — эффективный способ выделить важные элементы и привлечь к ним внимание. Его нужно использовать осознанно, чтобы подчеркнуть ключевые блоки, кнопки или формы. Контраст создается за счет цвета, отличающегося от фона или других объектов: яркие акценты привлекают взгляд, а приглушенные цвета отдают внимание

Контраст – резкое отличие элементов по размеру, форме, цвету, расположению. Такая композиция динамична и обладает наибольшей степенью воздействия на зрителя. Крайняя степень контрастности называется полярностью (Беспалова 2017: 17).

Проектирование — это отнюдь не самый маловажный этап в разработке веб-сайта, а, возможно, в каких-то случаях является одним из самых важнейших. От первоначального проектирования будет отражаться и зависеть вся дальнейшая разработка и принципы продвижения любого проекта. Правильная структурированность проекта определяет эффективность дальнейших этапов разработки (Рогаленков, Кудашкина 2022: 1086).

При создании композиции особое внимание уделяется модульной сетке, которая обеспечивает правильное выравнивание и структурирование контента. Это повышает удобство восприятия и вызывает положительные эмоции, особенно при большом объеме информации. Иерархия элементов поддерживается с помощью цвета, размера, шрифта и подзаголовков, что делает информацию понятной и привлекательной. Также используется «правило третей» — экран делится на девять частей, а акценты ставятся в точках пересечения линий, привлекая взгляд. Количество акцентов ограничивают, чтобы не отвлекать пользователя.

Эффективное использование негативного пространства — важное правило медиадизайна регионального сайта. Удаление лишних элементов и свободное пространство помогают сосредоточить внимание на ключевых акцентах и снизить визуальный шум. Минимализм с «воздухом» между элементами соответствует современным трендам и потребностям аудитории, улучшая структуру и выделяя важные части сайта.

Процесс организации баланса в медиадизайне должен быть комплексным и охватывать весь сайт, отдельные страницы и блоки. Только тщательная проработка каждого элемента позволяет достичь равновесия и эффективно привлечь целевую аудиторию регионального телеканала. Баланс может быть симметричным — с четкой симметрией по горизонтали, вертикали или обеим осям, либо асимметричным, требующим более тонкой настройки. Асимметричный баланс позволяет уравновесить разные по размеру и значимости элементы, создавая ощущение порядка и структурированности даже при отсутствии строгой симметрии.

В композиции имеют огромное значение масса предметов, их зрительный вес, размещение на плоскости, с распределением предметов в пространстве, установлением соотношения объемов, света и тени. А так-

же выразительность силуэтов, ритмические чередования линий и пятен, способы передачи пространства и точка зрения в композиции, распределение светотени, цвет и колорит, формат и размер произведения, композиционный центр, равновесие, контрасты в композиции, ритм композиции (Березин 2018: 93).

Для композиции важно соблюдать принцип сочетаемости — все элементы медиадизайна должны быть логично объединены и создавать единое восприятие. На сайте регионального телеканала изображения и иллюстрации должны быть выполнены в одной стилистике и контексте, отражая атмосферу и бренд. Также интерфейсные элементы, включая иконки, должны соответствовать единому стилю, связанному с брендингом, обеспечивая целостность на всех страницах сайта и при его обновлениях.

Развитие компьютерных технологий наряду с повышением роли смыслового восприятия визуальной информации обозначили количественный и качественный рост читательской аудитории, что в свою очередь привело к необходимости совершенствования традиционных способов коммуникации и появлению новых, конвергентных способов трансляции информации. Как и в вербальной коммуникации, применение верной интонации упрощает понимание и восприятие актуальной информации в медиапространстве. Такой интонацией является шрифт — визуальный язык, связывающий адресанта и адресата сообщения. Искусство заключается в подходе к представлению информации — шрифтовой состав должен выглядеть максимально естественно, т.е. незаметно, в глазах пользователя, одновременно с этим удовлетворяя потребности читательской аудитории (Рыбакова 2018: 19).

Шрифты — важный элемент дизайна, обеспечивающий передачу текста. Несмотря на возможные небольшие различия между заголовками и основным текстом или между блоками, весь текст должен визуально сочетаться, создавая единое и понятное восприятие. Такой подход облегчает адаптацию пользователя и визуально балансирует страницу. Изменения размера, насыщенности или начертания шрифта позволяют выделять ключевые элементы и направлять внимание пользователя.

На сайте регионального телеканала важно сохранять целостность между медиаресурсом и самим каналом, поддерживая единый ритм, оригинальность и повторения. Это помогает сбалансированно предста-

вить информацию и связать ее с брендом. Слишком однообразный дизайн утомляет, а излишнее разнообразие отвлекает и мешает восприятию ключевых сообщений.

Анализ технических параметров исследуемых медиаресурсов позволяет констатировать существенные различия в используемых платформах управления контентом. Так, ресурс «ТВ Поиск» базируется на распространенной системе WordPress, что подтверждается характерной структурой URL-адресов и наличием типовых плагинов, формирующих архитектуру веб-пространства. В отличие от него, платформа «ОТВ», судя по доменным обозначениям (cms.obltv.ru), функционирует на основе собственной CMS-разработки, тогда как технологическая основа «Балашиха ТВ» не поддается однозначной идентификации, что может свидетельствовать либо о применении кастомизированного решения, либо о существенной модификации стандартной системы управления контентом.

Особого внимания заслуживает анализ адаптивных характеристик исследуемых веб-ресурсов. Наиболее оптимальные показатели мобильной совместимости демонстрирует «ТВ Поиск», где реализована эффективная система масштабирования контента, в то время как «ОТВ», несмотря на общую адаптивность дизайна, имеет отдельные проблемы с корректным отображением компонентов на мобильных устройствах. Показательно, что «Балашиха ТВ» практически лишен мобильной оптимизации, что существенно ограничивает его пользовательский потенциал в условиях современного медиапотребления.

Результаты тестирования скорости загрузки (PageSpeed Insights) подтверждают выявленную дифференциацию: максимальные показатели зафиксированы у «ТВ Поиск» (75/100 для мобильных и 85/100 для десктопных устройств), тогда как «ОТВ» демонстрирует средние значения (65/100 и 80/100 соответственно), а «Балашиха ТВ» оказывается аутсайдером по данному параметру (50/100 и 70/100), что свидетельствует о необходимости серьезной технической доработки ресурса.

Сравнительный анализ структурных составляющих интернет-ресурсов региональных телеканалов «ТВ Поиск», «ОТВ» и «Балашиха ТВ» выявляет как общие черты, так и существенные различия, определяющие специфику медиаплатформ в современном медиaprостранстве. Так, «ТВ Поиск» реализует многоуровневое главное меню с широким спектром разделов, что свидетельствует о стремлении к комплексному охвату информационного поля, в то время как «ОТВ» делает акцент на функциональ-

ной насыщенности и оперативном взаимодействии, а «Балашиха ТВ» фокусируется на коммерческих и информационных аспектах, включая отдельный блок для рекламы. При этом новостные блоки существенно различаются — от динамичной и актуальной подачи на «ТВ Поиск» и визуально насыщенного оформления на «ОТВ» до минимального присутствия новостей на «Балашиха ТВ», что, вероятно, связано с особенностями контентной политики. Мультимедийные возможности также варьируются: «ТВ Поиск» и «ОТВ» интегрируют современные видеоплееры для прямого доступа к видеоконтенту, тогда как «Балашиха ТВ» либо вовсе не использует видеоплеер, либо реализует его через внешние ссылки, что негативно сказывается на пользовательском опыте. Таким образом, вариативность в организации меню, наполнении новостного блока и мультимедийных функций определяется стратегическими приоритетами и техническими возможностями каждой платформы, что в совокупности формирует специфику взаимодействия с целевой аудиторией и конкурентоспособность ресурсов в цифровой среде.

Анализ контентных стратегий исследуемых медиаресурсов выявляет существенные различия в подходах к организации информационного пространства.

Ресурс «ТВ Поиск» демонстрирует сбалансированное сочетание текстовых публикаций и видеоконтента, причем значительная часть материалов сопровождается соответствующими видеороликами, что свидетельствует о стремлении к мультимедийному представлению информации. В отличие от него, платформа «ОТВ» делает более выраженный акцент на визуальную составляющую, активно используя видеоматериалы, тогда как «Балашиха ТВ» преимущественно ориентирована на текстовый формат с ограниченным включением видеоконтента, что отражает специфику ее медийной политики.

Особого внимания заслуживает анализ механизмов пользовательского взаимодействия: если «ТВ Поиск» не предусматривает возможности комментирования публикаций и создания пользовательского контента (UGC), то «ОТВ» реализует модель частичного вовлечения аудитории через систему «предложки», позволяющую пользователям предлагать собственные материалы. При этом «Балашиха ТВ» практически полностью исключает элементы UGC, ограничивая взаимодействие с аудиторией монетизационной моделью, основанной на платном доступе к контенту.

Парадоксальным образом, несмотря на отсутствие механизмов UGC, «ТВ Поиск» предлагает пользователям систему обратной связи и

подписки на обновления, в то время как «ОТВ», при всей его ориентации на визуальный контент, обладает минимальным набором инструментов для вовлечения аудитории. Что касается «Балашиха ТВ», то данный ресурс демонстрирует практически полное отсутствие компонентов, направленных на взаимодействие с пользователем, что, вероятно, обусловлено его нишевой позицией на медийном рынке.

Проведя анализ визуально-дизайнерских решений исследуемых медиаресурсов, следует прежде всего отметить особенности их цветовых схем, которые реализуют различные концепции цветового позиционирования.

Ресурс «ТВ Поиск» использует светлую цветовую палитру с доминированием сине-красных акцентов в сочетании с бежевыми тонами, что создает эффект визуальной гармонии, тогда как платформа «ОТВ» основывается на строгой комбинации синего и белого цветов, что соответствует канонам корпоративного стиля. Что касается «Балашиха ТВ», то его цветовое решение, также построенное на серо-белой гамме, обусловлено стремлением к созданию нейтрального и лаконичного визуального пространства, которое минимизирует отвлекающие факторы и способствует акцентированию внимания пользователя на ключевых информационных блоках.

В аспекте контрастности, обеспечивающей оптимальную читаемость контента, все исследуемые ресурсы, за исключением «ОТВ», демонстрируют удовлетворительные показатели, в то время как последний характеризуется умеренной контрастностью, что на отдельных устройствах может вызывать затруднения при восприятии текстовой информации.

Особенности типографики также демонстрируют существенные различия: «ТВ Поиск» использует современные шрифтовые пары с акцентом на максимальную читаемость, в то время как «ОТВ» и «Балашиха ТВ» ограничиваются стандартными шрифтовыми решениями, обеспечивающими лишь базовый уровень восприятия текста, что, особенно в случае последнего, оставляет пространство для оптимизации в целях повышения визуальной привлекательности ресурса (см. рисунки 1, 2, 3).

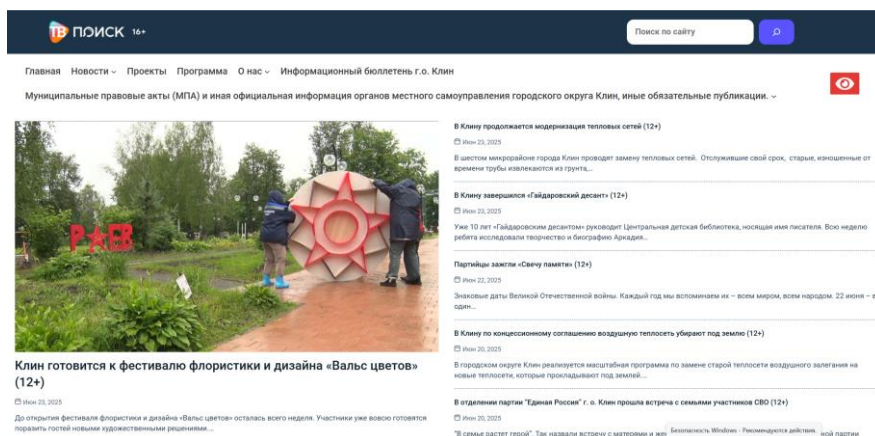


Рис. 1 – Сайт «ТВ Поиск».

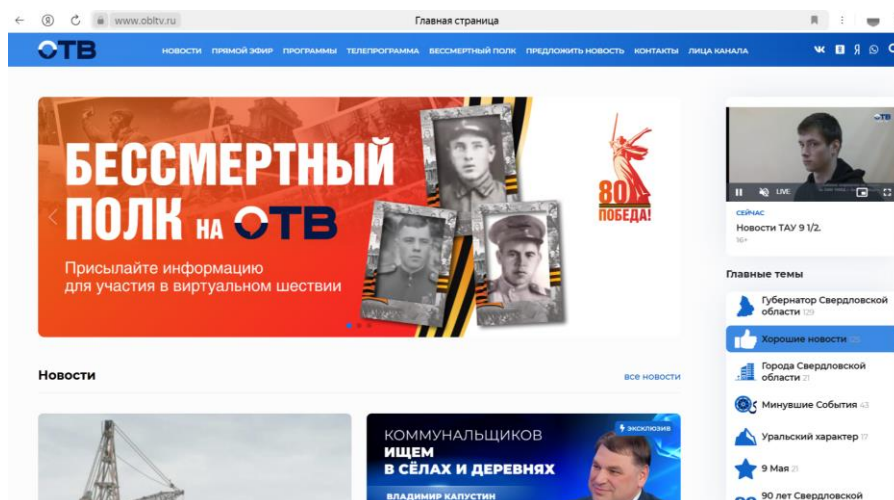


Рис. 2 – Сайт «ОТВ».

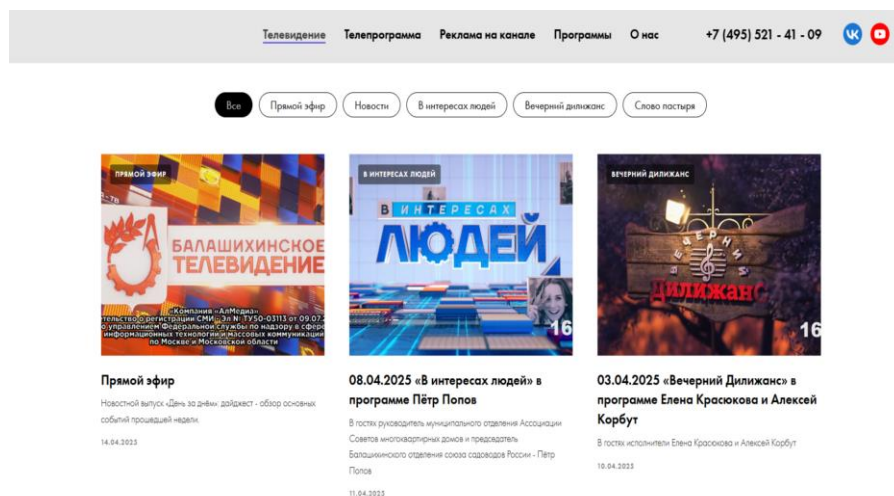


Рис. 3 – Сайт «Балашиха ТВ».

Проведя комплексный анализ юзабилити и структурной организации исследуемых веб-ресурсов, необходимо отметить существенные различия в реализации принципов визуальной иерархии и навигационных моделей.

Ресурс «ТВ Поиск» демонстрирует оптимальную организацию текстового пространства, выражающуюся в четкой системе заголовков различных уровней и продуманном подборе размеров шрифтов, что обеспечивает комфортное восприятие контента вне зависимости от типа устройства. В отличие от него, платформа «ОТВ», хотя и сохраняет базовые принципы иерархического построения, требует существенной доработки как в части градации заголовков, так и в аспекте типографических решений, в то время как «Балашиха ТВ» обнаруживает явные недостатки в системе визуального ранжирования информации, что негативно сказывается на пользовательском опыте и требует пересмотра размеров шрифтовой палитры.

Особого внимания заслуживает анализ навигационных моделей: если «ТВ Поиск» реализует проверенный *F-шаблон*, полностью соответствующий современным паттернам пользовательского поведения, а «ОТВ» использует классический *Z-шаблон*, обеспечивающий базовую логику структурирования контента, то «Балашиха ТВ» демонстрирует отсутствие четкой навигационной концепции, что существенно снижает эффективность взаимодействия с ресурсом.

В аспекте глубины кликов наиболее продуманной оказывается архитектура «ТВ Поиск», где ключевые разделы доступны в пределах двух кликов, тогда как «ОТВ» требует более глубокой навигации для доступа к основным материалам, а «Балашиха ТВ» нуждается в оптимизации данного параметра для повышения юзабилити. Примечательно, что только «ТВ Поиск» обладает полнофункциональной системой внутреннего поиска, соответствующей современным стандартам информационного ресурса, в то время как остальные исследуемые платформы требуют внедрения аналогичных решений.

Анализ социальной интеграции выявляет неравномерное развитие данного направления: если «Балашиха ТВ» ограничивается минимальным набором платформ (ВКонтакте и YouTube), то Клинский и Одинцовский каналы демонстрируют более широкое присутствие в социальных медиа, что соответствует современным тенденциям мультиплатформенного распространения контента.

Исследование подтвердило гипотезу о медиадизайне как системообразующем элементе региональных телевизионных веб-ресурсов, где визуальные, контентные и технические решения формируют уникальные коммуникативные модели. Выявленная типология, интегрирующая параметры от CMS до цветовой семиотики, позволяет прогнозировать эффективность пользовательского взаимодействия и разрабатывать адресные стратегии модернизации медиаплатформ. Перспективы исследования связаны с экспансией методологии на другие сегменты медиадискурса и разработкой алгоритмов AI-оптимизации дизайн-решений.

Список источников

Березин Д.В. Симметрия и асимметрия // Наука, образование и культура. 2018. № 4 (28). С. 93-96.

Беспалова И.В. Дизайн СМИ: учебно-методическое пособие. Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. 73 с.

Давыдов А.Н. Медиадизайн в игровой журналистике: к постановке проблемы // Ученые записки НовГУ. 2025. № 2 (57). С. 304-317. DOI: 10.34680/2411-7951.2025.2(57).304-317.

Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. М.: The Commercial Press, 2020. 1536 с.

Рогаленков А.А., Кудашкина М.В. Подходы к созданию современных сайтов и веб - приложений магазина // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2022. № 4. С. 1080-1087.

Рыбакова Ю.Ю. Разборчивость шрифта как фактор эффективности веб-типографики в сетевых СМИ // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. 2016. № 22. С. 19-20.

Сарна А.Я. Технологии воздействия на аудиторию в современном медиапространстве // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. Вып. 2. С. 218-233.

Смирнова О.В. Работа журналиста в цифровой периодике: учебное пособие / под редакцией О. В. Смирновой. М.: Аспект Пресс, 2021. 248 с.

Media design of regional television Websites the Russian Federation as a system of visual content solutions

Natalia A. Arkhipova – Candidate of Art History, Associate Professor of the Department of Gaming Industry. Russian Technological University; Associate Professor of the Department of Journalism. Moscow International University. Moscow, Russia. E-mail: n.arkhipova@mmu.ru

Karina S. Berezova – Student. Moscow International University. Moscow, Russia. E-mail: karinaberezova@yandex.ru

Abstract. The present study provides a comprehensive analysis of the media design of regional television's web resources as a system of visual content solutions, focusing on identifying structural and functional patterns and typological features. Based on a comparative analysis of representative cases (TV Search, OTV, Balashikha TV), a classification model has been developed that integrates the following parameters: typological affiliation, content strategies, technical implementation (including CMS, adaptability, download speed) and visual design solutions. The results demonstrate significant heterogeneity of media platforms due to local identity, technological factors and cognitive patterns of the audience, and also reveal a correlation between design solutions and the effectiveness of user interaction. The practical significance of the work lies in the development of criteria for optimizing regional media resources for designing new-generation digital platforms.

Keywords: media design, regional television, web resources, site typology, content strategies, visual solutions, user interaction, technical parameters, comparative analysis, cognitive patterns.

References

- Berezin, D.V. (2018) Symmetry and Asymmetry. *Science, Education, and Culture*. No. 4 (28). C. 93-96.
- Bespalova, I.V. (2017) *Media Design: Educational and Methodological Guide*. Nizhny Novgorod, N. I. Lobachevsky Nizhny Novgorod State University. 73 p.

- Davydov, A.N. (2025) Media design in game journalism: towards a problem statement. *Scientific Notes NovGU*. No. 2 (57). P. 304-317. DOI: 10.34680/2411-7951.2025.2(57).304-317.
- Kuznetsov, S.A. (2020) *The Great Explanatory Dictionary of the Russian Language*. Moscow, The Commercial Press. 1536 p.
- Rogalenkov, A.A., Kudashkina, M.V. (2022) Approaches to Creating Modern Websites and Web Applications for a Store. *International Journal of Applied Sciences and Technologies "Integral"*. No. 4. P. 1080-1087.
- Rybakova, Yu.Yu. (2016) Legibility of the font as a factor in the effectiveness of web typography in online media. *New word in science and practice: hypotheses and testing of research results*. No. 22. P. 19-20.
- Sarna, A.Ya. (2020) Technologies of influencing the audience in the modern media space. *Bulletin of St. Petersburg University. Sociology. Sociology*. Vol. 13. Is. 2. P. 218-233.
- Smirnova, O.V. (2021) *The work of a journalist in digital periodicals: a textbook*. Ed. by O. V. Smirnova. Moscow, Aspect Press. 248 p.

Статья поступила 15.01.2025
Принята к публикации 23.12.2025