

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический  
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики  
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика  
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная  
журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой ИИ Е.Г. Иващенко

« 06 » « 07 » 2020 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Особенности дизайна новостных онлайн-СМИ

Исполнитель  
студент группы 590-3б

В.С. Кололейкина

06.07.2020

(подпись, дата)

В.С. Кололейкина

Руководитель  
доцент,  
канд. филос. наук

Н.В. Калинина

06.07.2020

(подпись, дата)

Н.В. Калинина

Нормоконтроль

К.О. Антонидина

06.07.2020

(подпись, дата)

К.О. Антонидина

Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Филологический  
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

Подпись

Е.Г. Ивашенко

« 15 » 09 2019 г.

ЗАДАНИЕ

К курсовой работе (курсовому проекту) студента Жолоткиной Виктории Сергеевны

1. Тема курсовой работы(проекта): Особенности дизайна новостных онлайн-СМИ

(утверждена приказом от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 16.06.2020г.

3. Исходные данные к курсовой работе (проекту): \_\_\_\_\_

4. Содержание курсовой работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов): \_\_\_\_\_

1. специфика функционирования онлайн-СМИ. 2. Особенности эм-ов веб-дизайна

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) \_\_\_\_\_

6. Консультативы по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_

7. Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Руководитель курсовой работы (проекта) Жолоткина Н.В., канд. филол. наук.

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 23.09.2019г.

(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 57 с., 23 источника, 27 рисунков. Исследование состоит из 2 глав, в которые входят 4 пункта.

ИНТЕРНЕТ СМИ, ДИЗАЙН, ВЕБ-ДИЗАЙН, ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, ТИПОГРАФИКА, ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ, АМУР.ИНФО, АМУРСКАЯ ПРАВДА, РЕГИОНАЛЬНОЕ СМИ

**Структура работы:** Работа состоит из введения, двух глав и заключения. Во введении формулируется значимость графического оформления онлайн-СМИ, а также его актуальность, практическая и теоретическая значимость; в первой главе рассматриваются особенности формирования цифровой культуры в обществе, типологические признаки онлайн-СМИ, значимость гипертекстуальности и мультимедийной для онлайн изданий, влияния и взаимодействия новых технологий на интернет издания. По мимо анализа онлайн-СМИ мы выявили ключевые элементы и особенности веб-дизайна для информационных порталов, правила и стиль оформления онлайн-СМИ и определили важность шрифтового оформления для СМИ. Во второй главе мы изучили становление и формирование региональных СМИ «Амур.Инфо» и «Амурская Правда», а также выявили ряд особенностей веб-дизайна на примере этих же СМИ. В заключении данного исследования подводятся итоги проделанной работы.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1 Типологические и визуальные тенденции веб-дизайна современных онлайн-СМИ	8
1.1 Специфика функционирования онлайн-СМИ	8
1.2 Дизайн – как выражение значимой концепции для онлайн-СМИ	13
2 Возникновение и развитие региональных онлайн-СМИ «Амур.Инфо» и «Амурская правда»	39
2.1 История формирования региональных новостных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда»	39
2.2 Особенности элементов веб-дизайна на примере новостных порталов «Амур. Инфо» и «Амурская Правда»	44
Заключение	52
Библиографический список	56

## ВВЕДЕНИЕ

Медийный фактор так или иначе оказывает влияние на общество. Каждый день происходит конкуренция между средствами массовой информации где наряду с коммуникативным и технологическим особенностями важным элементом является графическое оформление онлайн издания. Качественный информационный продукт нуждается в качественном визуальном оформлении. Ему необходима гармонично-выстроенная, качественная и удобная «упаковка». Благодаря различным дизайн-технологиям, специалисты в области визуального оформления умело сочетают вербальную и визуальную информацию, тем самым решая коммуникативные вопросы. Тем самым повышается конверсия и эффективность интернет ресурса.

Веб-дизайн является немаловажным фактором при формировании типологических и визуальных признаков онлайн-СМИ. Правильно-выстроенный дизайн, соблюдающий композиционно-графические аспекты, значительно оптимизирует вербальную и невербальную информацию средств массовой информации. Также дизайн значительным образом влияет на разные слои аудитории с её психологическими и демографическими особенностями.

**Актуальность исследования** связана с изучением особенностей дизайна на примере региональных новостных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда», которые влияют на потребительские свойства издания и его узнаваемость читателями.

**Научная новизна:** Развитие и функционирование средств массовой информации посредством технологических изменений оказывают значительное влияние на общество. Ежедневно СМИ конкурируют между собой с целью привлечения аудитории, где помимо коммуникативных и технологических особенностей важную роль играет графическое оформление. Информационный продукт так или иначе нуждается в качественном визуальном оформлении.

Благодаря развитию и улучшению дизайн-технологий происходят качественные визуальные изменения на информационных порталах. Помимо этого, необходимо уметь правильно сочетать и выстраивать вербальную и визуальную информацию, решая коммуникативные вопросы. Данную проблему ежедневно решают и изучают специалисты, в борьбе не только за красивый, но и удобный информационный портал.

**Целью** исследования является анализ особенностей веб-дизайна на примере двух информационных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда». В соответствии с поставленной целью сформулированы **задачи** исследования:

- выявить специфику функционирования современных онлайн-СМИ;
- дать определение дизайну как выражение концепции онлайн-СМИ;
- изучить возникновение и развитие региональных СМИ «Амур.Инфо» и «Амурская Правда»;
- определить особенности веб-дизайна на примере новостных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда».

**Эмпирической базой** послужили русскоязычный сайт «Хабр»; Американская платформа «Medium»; Научный журнал «МедиаАльманах»; Научный журнал «Вестник Московского Университета»; Технологичная исследовательская компания «Mediascore». Источники представлены в формате коллективного блога и научных работ, связанные с дизайном и онлайн-СМИ, информационными технологиями, бизнесом и интернетом и др. В условиях деятельности которых мне удалось организовать эмпирическое исследование и собрать необходимый материал.

**Предметом исследования** является изучение особенностей веб-дизайна на примере региональных новостных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда».

**Методом исследования** является системный анализ в сочетании с описательным методом, использованным при рассмотрении практики веб-дизайна в глобальном инфопространстве.

**Объект исследования:** новостные порталы «Амур.Инфо» и «Амурская Правда».

**Теоретическая значимость** заключается в исследовании данного вопроса по теориям.

**Практическая значимость:** содержание и выводы выпускной квалификационной работы могут быть использованы в практической деятельности журналиста, дизайнера и редактора интернет-издания, а также, как иллюстративный материал в рамках учебной дисциплины.

# 1 ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ И ВИЗУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ВЕБ-ДИЗАЙНА СОВРЕМЕННЫХ ОНЛАЙН-СМИ

## 1.1 Специфика функционирования онлайн-СМИ

Сегодня медиа – это не только технологии, каналы, платформы и система дистрибуции контента, но и социальное пространство особого рода, социальные институты и структуры, присутствующие одновременно в индивидуальном и общественном, в национальном и глобальном пространстве<sup>1</sup>.

Медиа прочно встроены в общественные системы производства и распределения информации, знаний, норм и ценностей. В процессах социальной коммуникации, практически всегда опосредованных медиа, распространяются, трансформируются, преобразуются и интерпретируются не только тексты, но и смыслы. Особое значение в этих процессах имеет технологическая инфраструктура коммуникаций, а также складывающиеся на ее основе и вокруг нее новые социокультурные контексты, в которых реализуются практики цифрового медиапотребления. Медиацентрированная социальная реальность в таких условиях требует ревизии с точки зрения классической социальной теории<sup>2</sup>. Если раньше медиа как подсистема общества, нацеленная на поддержание баланса и стабильности всей системы, подтверждали реальность социального мира, сообщая о нем факты, истории и анализ и действуя в интересах социального порядка, то сегодня природа медиа расширилась, и им стали присущи атрибутивные характеристики самостоятельной социальной среды и отдельного культурного пространства<sup>3</sup>.

Цифровые медиа стали драйвером появления у всей социальной системы современного устройства общества качественно новых характеристик, прежде

---

<sup>1</sup>Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 109 с.

<sup>2</sup>Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания М. : Медиум, 1995. 323 с.



ей не присущих и лишь частично проявляющихся в ее отдельных элементах. Широкое распространение медиакоммуникационных технологий, развитие платформ социальных медиа и становление нового поколения «цифровых аборигенов» и «цифровой молодежи» привели в совокупности к доминированию, если не в масштабах всего общества, то во всяком случае для молодежи цифровой медиакультуры<sup>4</sup>.

Цифровая медиакультура проникает в социальную реальность так же глубоко, как логика социального устройства проникает в медиа. В результате этого тесного взаимодействия стирается грань между социальной системой и цифровой медиакультурой как порожденной системой. Социальная природа современного человека уже не существует вне процессов медиатизированной коммуникации, и человек становится «человеком медийным»<sup>5</sup>. Медиа социализация сегодня – это ключевой способ освоения и воспроизводства норм и ценностей социального мира как на уровне первичной, так и на уровне вторичной социализации<sup>6</sup>. И медиатизация современного общества, и становление нового типа культуры, и изменение природы медиа актуализируют теоретические основы медиаобразования, под которым сегодня понимается комплекс образовательных и просветительских программ, направленных на изучение природы и особенностей функционирования медиа с целью повышения уровня цифровой медиаграмотности аудитории и формирования навыков безопасного поведения в цифровой медиасреде.

Повышение уровня медиаграмотности, как главная цель медиаобразования, предполагает усвоение знаний о природе и основных принципах деятельности медиакоммуникаций в современном обществе, об информационных и медиакоммуникационных технологиях, развитие способности к анализу и оценке содержания информации, ее критическому осмыслению, умение использовать эту информацию осознанно. Изначально

---

<sup>4</sup>Солдатова Г.У. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность М.: Смысл, 2017. 374 с.

<sup>5</sup>Вартанова, Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс М. : Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.

<sup>6</sup>Андреева Г. М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений М. : Аспект Пресс, 2001. 213-222 с.

медиаобразование способствовало формированию технологических навыков использования медиакommunikационных технологий, развитие которых в цифровой среде потребовало от пользователей определенных умений и было связано с проблемой технологического доступа. Впоследствии стало очевидно, что вопрос доступа к устройствам и инфраструктуре не всегда связан только с уровнем технологического развития страны и экономическими ресурсами пользователей. Он также определяется и различиями в образовании, знаниях, медиаграмотности, стиле жизни и т.д. Даже имея технологически свободный и недорогой доступ к цифровым медиатехнологиям, у разных групп пользователей сохраняется разный уровень навыков их использования, они также по-разному формулируют запросы к цифровому контенту и сервисам<sup>7</sup>. В этих условиях приоритеты медиаобразования смещаются в сторону формирования у аудитории главных на сегодня компетенций: информационно-аналитических навыков пользования цифровыми медиа и конструктивного критического мышления. В условиях усиливающейся медиатизации общества и становления цифровой медиакультуры исследователи выдвинули идею формирования «цифрового капитала» пользователей как главной цели медиаобразования. Под этим термином понимают совокупность навыков доступа к технологиям, Интернету, ИКТ и умения использовать их в профессиональных и личных целях<sup>8</sup>.

Интернет выступает как системообразующий фактор в информационных технологиях и глобальных коммуникациях. В информационном пространстве образуются объединённые системы цифровых коммуникаций со всего мира. Исходя из этого происходит глобализация. Однако представить глобализацию без изменений информационно-коммуникационных технологий невозможно. Ведь за счёт ИКТ глобализация набирает обороты в своём развитии. СМИ в свою очередь выполняют информационную функцию, с помощью которой формируют повестку дня и фокусирует внимание общества. Однако, этот

---

<sup>7</sup> Дунас Д. В. Актуальные концептуальные подходы к рассмотрению процесса медиапотребления онлайн-новостей молодежью. М. : Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика, 2017. 30-50 с.

<sup>8</sup> Ragnedda M. Conceptualizing Digital Capital. Telematics and Informatics. М. : 2018. 2366-2375 с.

процесс становится затруднительным изо дня в день, так как происходит рост информационных ресурсов. К тому же, информационные издания борются за быстроту предоставляемого материала вплоть до реального времени, это также порождает значительную конкуренцию. В борьбу с конкуренцией вступают графические элементы, с помощью которых предоставляемая информация становится более насыщенной и интересной.

Возможности гипертекста, применяемого на информационных ресурсах, предоставляет пользователям читать текст вглубь благодаря внутренним и внешним ссылкам. Это улучшает и расширяет качество предоставляемой информации, её полноту и достоверность. Читатель получает некоторую возможность провести расследование получаемой информации.

О гипертекстуальности впервые заговорила исследователи ввели Т. Нельсон и Д. Энгельгардт в 1967. Они определили это понятие для характеристики общего свойства текстов, имеющих связи между собой.<sup>2</sup> Эти связи определяют то, что тексты или их части могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга. Данная характеристика особенно важна в настоящее время, так как увеличившаяся в информационном обществе доступность произведений искусства и массовое образование, распространение средств массовой коммуникации и массовой культуры стали причиной сильной знаковости и интернет более всего отражает это.

Важным элементом издания является широта распространения информации. Ведь в просторах интернета стирается грань о расстояниях и границах. Например, русскоязычные средства массовой информации объединяют потенциальных читателей не только из России, но и из стран СНГ. Глобализация задаёт ритм, она диктует характер содержания информации, частоту обновлений и пользовательскую активность.

Типологические особенности современных онлайн-СМИ наполняются новыми возможностями для коммуникации с аудиторией. Эти возможности возможны благодаря интернет-расширениям. Возможности предстают перед нами в разных формах, например интерактивное общение с аудиторией,

виртуальные клубы активных читателей, различные группы и чаты по интересам, проведение дискуссий, голосования и рейтинги и др.

Рекламный рынок ежедневно расширяет свои возможности с целью получения большой и обширной по различным интересам аудитории. На сегодняшний день существует ряд тенденций, диктующих необходимость усовершенствовать СМИ, делая их более технологичными и современными:

- так как требования аудитории к скорости изложения информации значительно увеличились, журналисту необходимо быстро предоставлять получаемую информацию, тем более с самых актуальных событий и мероприятий;

- улучшение качества предоставляемой информации. Теперь это должен быть не просто сухой текст, а информационный шедевр, дополненный видео, аудио и фото материалами. Такая информация привлекает читателя, её скорость распространения увеличиваются, соответственно охваты и количество просмотров издания повышаются;

- активный просмотр и анализ социальных сетей помогает и улучшает качество работы журналиста.

Средства массовой информации как институт четвертой власти всё больше подвергается сомнениям в связи с увеличением технологических изменений. Однако не верно утверждать, что такое положение средств массовой информации лишь из-за того, что активные граждане перетасили на себя внимание и завладели интересом общества. Существует значительная разница между блогерами-активистами и журналистами. Блогеры активизируют функцию защиты общественных интересов не систематизировано, а лишь в самый пик активности.

На снижение общественной значимости средств массовой информации указывает кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики журналистики факультета журналистики Р. В. Жолудь в статье «Публичная сфера в социальных медиа: от деградации к трансформации»: «Исследователи склонны полагать, что благодаря различным факторам, публичная сфера

деформируется и утрачивает свои функции формирования общественного мнения и влияния на институты власти. При этом современные массовые коммуникации рассматриваются как бесплодная имитация публичной сферы»<sup>9</sup>.

Новые технологии изменяют и подстраиваются средства массовой информации, превращая их в новые бизнес-модели. Однако меняются не только внешние факторы, но и внутренние – экономические. На сегодняшний день представленный в интернете цифровой контент в большинстве своём являются бесплатными, за счёт этого происходит обесценивание цифровых продуктов.

Монетизировать контент можно несколькими способами, например продавать контент, рекламу или партнерские программы. Но также существует и смешанный тип распространения контента в интернет ресурсах – смешанный. Он включает в себя все три вышеупомянутых способа. Такой подход является наиболее эффективным для распространения цифрового контента, так как он охватывает наиболее широкую аудиторию.

Размещение обильного рекламного контента в средствах массовых коммуникаций обуславливается тем, что пользователь не платит за предоставляемый контент, который он потребляет. Однако такой метод приводит к снижению эффективности этой рекламы, к снижению привлекательности и доходов электронного ресурса. СМИ ориентированные на продвижение своего ресурса за счёт рекламных объявлений рискуют затеряться среди этого контента.

## **1.2 Дизайн – как выражение значимой концепции для онлайн-СМИ**

Глобализация открывает большие возможности для информационной деятельности. Происходит взаимовлияние и взаимообогащение культур разных стран, при этом культурные ценности каждой страны остаются неизменными. Общество, чьи области затрагивают средства массовой информации, испытывают на себе беспрецедентное влияние медийного фактора.

---

<sup>9</sup>Жолудь, Р. Публичная сфера в социальных медиа: от деградации к трансформации. М.: Вестник Воронежского государственного университета. Сер: Филология и Журналистика, 2013. 131-134 с.

Средства массовой коммуникации в свою очередь приходится конкурировать в медиатизированном обществе, активно привлекая внимания каждого потенциального читателя.

В ситуации конкуренции и медиатизации теперь популярность и успешное функционирование любого СМИ зависит не только от текстового наполнения, но и от организации графического пространства. Учёт информационной функции веб-дизайна при разработке общественно-политических порталов ориентировано на прозрачность и простоту оформления контента онлайн-версии СМИ для пользователя. Для успешного представления графического наполнения необходимо учитывать следующие требования к организации информации:

- при размещении графических элементов учитывать логический порядок расстановки объектов;

- при разработке дизайна для онлайн ресурса необходимо учитывать тот факт, что пользователь может просматривать контент с абсолютно разных устройств. Заранее продуманная адаптация контента для разных устройств будет являться огромным преимуществом перед другими источниками информации;

- при разработке дизайна для любого цифрового продукта необходимо учитывать возможности пользователей с разными физическими возможностями;

  - необходимо соблюдать единый стиль оформления

  - необходима гибкость и свобода электронной версии СМИ при взаимодействии пользователя с дизайном.

Также важной особенностью дизайна интернет СМИ является эргономичная организация как контента, так и графических элементов.

Эргономика включает в себя систему «человек-машина» как систему взаимодействия человека с внешней реальностью<sup>10</sup>.

К эргономическим требованиям относятся:

- структурированная информация на странице;
- оптимально расположенные пиктограммы и другие специальные обозначения;
- объекты сложной структуры, проиллюстрированные с помощью объемных моделей;
- объекты и процессы, основные характеристики которых изменяются с течением времени, проиллюстрированные анимационным видеорядом;
- отображение текста только на светлом фоне;
- использование средств масштабирования контента;
- отцентровка главного заголовка относительно вертикальной оси экрана.

Так или иначе, цифровому продукту необходима визуальная составляющая, которая состоит из текстового наполнения, графических элементов, иллюстраций. Любой информационный продукт нуждается в визуальной презентации. Эта презентация состоит из шрифтов, текстовых блоков, графических и знаковых элементов. Эти и многие другие элементы являются составляющим графического дизайна.

Однако, функциональность в дизайне играет более значительную роль нежели визуальная. Учёт технологических функций предполагает максимальное синтезирование технологий и инструментов создания сайта и его дизайна в проекте, а также его оптимизацию для любой из действующих интернет сред, поисковиков, браузеров и пропускных способностей пользовательских сетей.

Несмотря на важность функционала сайта, недооценка функций дизайна негативно влияет на визуальное и инструментальное взаимодействие

---

<sup>10</sup>Векслер В. А. Изучение технологий интернета в менеджменте [Электронный ресурс]: Современные научные исследования и инновации. М.: 2014. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/04/32961> (дата обращения: 15.04.2020).

пользователя с сайтом, на оформлении сервиса и на возможности графической модели дизайна.

Дизайн для средств массовой коммуникации не должен быть вычурным и ярким, это будет отвлекать читателя от информативного наполнения. Вот несколько принципов, позволяющие сочетать устный контент с визуальным наполнением:

- оформление информационного продукта не должно противоречить содержанию и тем более отвлекать от него;
- удобная и понятная навигация обеспечивает наиболее продуктивное взаимодействие пользователя с сайтом;
- информация в электронных СМИ должна быть стандартизирована по определённым требованиям журналистики.

Организация составляющих элементов электронного СМИ должны отвечать на вопросы читателя в простой и доступной форме. Это достигается за счёт некоторых приёмов:

- единства вербального и визуального ряда
- акцентированной роли заголовка
- подбора шрифта
- отличия документальных и постановочных фото

Дизайн онлайн-СМИ помогает пользователю проникнуться уважением и симпатией к СМИ, а также способствует идентификации, помогающей пользователю узнать известное ему издание, которое также производится в печатной версии. Последнее создаёт и укрепляет в сознании связь между этими двумя средствами распространения информации. Развитие медиа-технологий превратило дизайн в неотъемлемую часть информационной среды.

Качественный дизайн формирует отношение потребителей к цифровому продукту. Изучение ожиданий и предпочтений целевой аудитории продукта во многом помогают сформировать этот продукт и сделать его по итогу наиболее успешным. При создании информационного продукта специалисты, занимающиеся проектом необходимо понимать:



- для кого они создают продукт, какая у него потенциальная аудитория;
- понимание потребительских ожиданий;
- какими свойствами должен обладать продукт, чтобы оправдать ожидания пользователей.

Сформировавшийся имидж издания и последующее продвижение его на информационный рынок происходят за счёт правильно-выстроенного редакционного маркетинга, которые должны соответствовать эстетическим и этическим требованиям общества. Однако журналистский маркетинг имеет определенную специфику – характер потребления информации. Человеку свойственно воспринимать визуальную информацию намного легче, нежели вербальную. Исходя из этого можно сделать некоторое заключение – визуальная информация на сегодняшний день играет значительную роль в средствах массовой информации.

Оптимальной организацией вербальных и визуальных компонентов издания, ориентированного на конкретную потребительскую аудиторию с ее социально-демографическими и психологическими особенностями, занимается веб-дизайн. Объектом веб-дизайна выступают любые виды носителей информации, предназначенной для массового потребления, начиная с плаката и заканчивая системами визуальных коммуникаций.

Веб-дизайн существует как интернациональное явление, решающее комплексные задачи проектирования сложных структур, такие как выработка единых систем знаков (логотипы), создание фирменных стилей, обновление зрительно-информационного ряда печатных и электронных СМИ, создание визуальных текстов как основы коммуникации.

Визуальный текст – это любой объект, воспринимаемый и понимаемый зрителем как некая знаковая система (символ, изображение, этикетка и т.д.). Таким образом, задача веб-дизайна в современном обществе определяется как проектирование визуальных коммуникаций и самого визуального языка.

Основой проектирования любого дизайн-продукта является композиция: она связывает воедино разрозненные элементы художественной формы,

сообщая произведению единство, целостность и максимальную выразительность. Композиция в веб-дизайне – это выражение текста графическо-пространственными средствами. Основной закон построения композиции – гармония формы и содержания; все элементы композиции согласуются между собой и подчинены главному. Четкость и простота решения способствуют легкости восприятия. Различные композиции способны вызывать у зрителя разные образы и эмоции. В зависимости от поставленных задач при создании графической композиции дизайнер сознательно использует те или иные художественные средства – приёмы, например:

- приём, структурирующий композицию в веб-дизайне, в среде профессионалов носит название – сверху вниз: в большинстве культур визуальные сообщения воспринимаются сверху вниз, поэтому самую важную информацию обычно размещают наверху;

- прием – слева направо: в западно-ориентированных культурах текст размещается слева направо, таков же и порядок восприятия объектов. Именно так наши глаза считывают визуальную информацию со страницы или экрана, поэтому самое важное нужно размещать слева;

- прием – передний план: когда нечто находится впереди или позади чего-либо, это просто иллюзия, ведь мы не видим объект, но знаем, что он там. Использование этой иллюзии в графическом дизайне – попытка вызвать визуальное любопытство смотрящего;

- вертикали – вертикальные линии подчеркивают высоту веб-страницы. Их используют, когда хотят вызвать у зрителя ощущение равновесия и устойчивости;

- горизонтали – горизонтальные линии подчеркивают многослойность и ширину;

- позитив/негатив. Позитив – это пространство, занимаемое объектами, а негатив – то, что их окружает. Негативное пространство способно структурировать графическую композицию не меньше, чем позитивное;

- сопоставление. Если поместить объект, находящийся «в фокусе», на одной странице с «размытым» объектом, возникнет визуальный контраст, который привлечет внимание зрителя.

Журналистский материал на многостраничном портале представляет собой визуальную конструкцию, состоящую либо исключительно из вербального сообщения, либо представляющая собой комплекс «изображение + текст». В обоих случаях читатель воспринимает эту конструкцию прежде всего визуально. На сегодняшний день существуют три наиболее распространенные разновидности журналистского текста:

- вербальный текст;
- комплекс «фотоизображение + комментарий»;
- комплекс «схема + комментарий» (инфографика).

Возможность создавать синтетические материалы, включающие все три компонента. Это дает возможность наиболее адекватно информировать читателя о происходящих в мире событиях, поэтому одновременное использование всех перечисленных компонентов журналистского текста является ярко выраженной тенденцией дизайна онлайн-СМИ.

Основополагающие понятия в дизайне онлайн-СМИ – это прототипирование и верстка. Именно с прототипирования начинается работа над композицией всего онлайн-издания. Принципиальный макет издания – это его чертеж и расположение изображений. В процессе прототипирования рассчитывают, сколько места займет тот или иной материал, затем его размещают с учетом значимости информации и основных законов композиции. Вид макета, количество и объем определяются форматом стандартного разрешения экрана 1920px.

На конечный прототип издания размещают:

- название
- текстовые и графические материалы
- заголовки/лиды

- все изобразительные средства (фотографии, иллюстрации, инфографику)

- разделительные элементы (линейки, воздух)

После составления прототипа начинается процесс вёрстки, которым обычно занимается специалист в области программирования. Вёрстка является важнейшим процессом, в ходе которого издание приобретает окончательный вид: стилевое и техническое единство оформления, художественную целостность. Текстовые, иллюстративные и графические блоки в процессе вёрстки размещают по полю формата в соответствии с дизайном макета и требованиями правописания.

В современной вёрстке онлайн-издания применяются следующие виды вёрстки:

***По конфигурации материалов:***

- прямая: каждый материал – прямоугольник, колонки равны по высоте, заголовок ставится на всю ширину набора с минимальными боковыми отступами;

- ломаная: материалы имеют ступенчатую форму, колонки разнятся по высоте, широкий формат текста сменяется на узкий;

- смешанная.

***По соотношению высоты и ширины материала:***

- горизонтальная

- вертикальная

- перпендикулярная (т.е. горизонтальная с вертикальными пересечениями или вертикальная с горизонтальными).

Композиция веб-страницы строится по тем же законам, что и графическая композиция любого листа, имеющего физические характеристики. В основе модульной сетки, применяемой для размещения текстовых, графических и иллюстрационных материалов, лежит классическая 12-колончатая или более современная 24-колончатая вёрстка. Сетка служит каркасом веб-страницы,

обеспечивает ритмическую структуру интерфейса, облегчает процессы навигации, поиска и усвоения информации.

При формировании дизайн-концепции для интернет-СМИ, включая информационный контент, на первый план должно выходить удобство интерфейса. Речь идёт не только об удобстве получения информации со стороны пользователя, но и о удобстве восприятия информации. Определяющими фактором являются требования к эргономике оформления электронного ресурса (расположение материала, выбор шрифта и цвета и т.п.).

В дизайне электронных СМИ фундаментальным считается положение, что дизайн в целом является «лицом» веб-страниц, следовательно, и организует всю информацию веб-порталов воедино. Поэтому необходимо применять определённые принципы и закономерности веб-дизайна, чтобы достойно организовать работу и сделать качественный продукт.

Веб-дизайн – особое направление в дизайне, которое существует для оформления веб-ресурсов разного типа и обладающего тремя основными функциями: информационной, эстетической и технологической. Недооценка этих функций негативно влияет на визуальное и инструментальное взаимодействие сайта с пользователем, на оформлении сервиса и на возможности графической модели дизайна, применяемого для данного ресурса.

В эстетике оформления онлайн-СМИ ключевое положение занимает оформление – выразительные средства, которые как заимствованы из дизайна печатной версии СМИ, так и разработаны специально для электронных ресурсов сети. Характеризуя такие элементы, в первую очередь отметим тип формата и макета сайта. Тип формата сайта обычно определяют, основываясь на возможностях горизонтали и вертикали экранной среды. Использование неограниченного вертикального пространства и ограниченного горизонтального позволяет акцентировать внимание посетителя на верхней части страницы, которая играет роль обложки издания, а затем, с минимальными пользовательскими затратами усилий на форматирование

страницы по горизонтали, предоставляя пользователю массив информации, находящийся по вертикальному измерению.

Также важной особенностью веб-дизайна электронных изданий является выбор макета сайта. В веб-дизайне наиболее часто применяется фиксированный тип макета, по нормам которого ширина поля постоянна и регулируется только стандартными параметрами разрешения пользовательского экрана. Другим популярным способом макетирования сайта является применения модульных сеток или горизонтальная секционная разбивка контента.

К основным средствам передачи вербальной и невербальной информации в графической композиции относятся следующие средства гармонизации художественной формы:

***Пропорции.*** Графическая композиция строится на основе пропорционального модуля путем умножения или сокращения его в определенное число раз. Модулем может выступать как число, так и один из элементов композиции, например, высота или ширина прямоугольника. На основе модуля выстраивается модульная сетка, в которую вписываются все элементы композиции.

Для создания оптимальных для восприятия пропорций, специалисты обращаются к различным методам. Как показано на рис.1 наиболее актуальным является метод золотого сечения. Принцип заключается в соотношение математической пропорции между элементами разных размеров. Соотношение данного сечения равно 1:1,618.

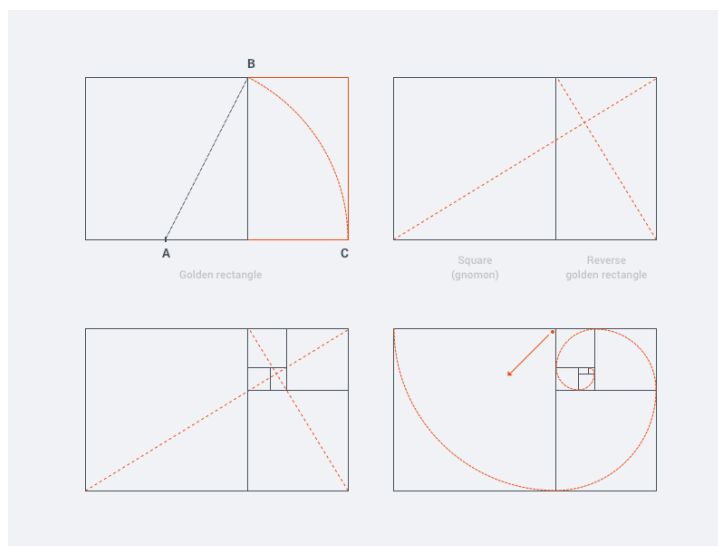


Рисунок 1 – Виды пропорций золотого сечения

**Цветовое оформление.** Важной особенностью дизайна онлайн-СМИ является цветовое оформление. Однако здесь существует техническая проблема – максимально точно передать цвет достаточно трудно. Проблема обусловлена тем обстоятельством, что для пользовательских мониторов и планшетов присуща индивидуальная цветовая калибровка, что усложняет работу с цветом.

Цвет в дизайне создает эмоциональный резонанс и привносит в дизайн единство стиля. Перед планированием дизайна, необходимо определить его назначение. В хорошем дизайне – цветовая палитра всегда согласуется с назначением. Следующий важный критерий, влияющий на цвет – это аудитория. Только после определения целевой аудитории происходит подбор цветовой палитры. Люди по-разному воспринимают цвета, а цвета по-разному влияют на людей: все зависит от их личных предпочтений, особенностей культуры и воспитания, а также от жизненного опыта. Ключ к подбору правильной цветовой палитры – это простота. Цветовой основой являются нейтральный цвет фона. Затем происходит подбор акцентных оттенков – основной и второстепенный. Цвет задаёт определенное настроение и атмосферу, передает эмоции. Каждый оттенок вызывает свои ассоциации и решает судьбу дизайна. Если говорить о трендах 2020 года, более натуральные

цвета как на рис.2 будут очень востребованными. Однако, это не означает, что все цвета должны быть одной палитры.



Рисунок 2 – Пример гармоничной цветовой палитры

**Контраст.** Контраст помогает в дизайне расставить акценты. В онлайн-СМИ можно использовать разные цвета, это помогает пользователям различать элементы, представленные в новостях. Например, заголовок может быть цветом черного угля, а подзаголовок может быть более светлого оттенка черного.

Контраст выступает тем главным компонентом, благодаря которому дизайн бросается в глаза. В базовом понимании контраст означает степень различия между двумя элементами дизайна. Наиболее распространенными формами контраста являются темный/светлый, толстый/тонкий, большой/маленький и др.

**Свободное пространство.** Свободное пространство между текстом играет важную роль в онлайн-СМИ, поскольку оно позволяет контенту «дышать» и способствуют лучшему восприятию чтения. Свободное пространство необходимо использовать для баланса в общей композиции всего дизайна. Свободное пространство поможет создать визуальную иерархию и правильно сформирует связь между различными элементами дизайна.

**Размер элементов.** Формирование оптимального размера элементов для гармоничной композиции – ключевой аспект дизайна. Что касается создания визуальной иерархии, здесь нет ничего важнее размера. Размер значительным образом влияет на визуальные связи между элементами. Необходимо задать



определённый размер различных элементов и придерживаться его при работе над одним цифровым продуктом.

**Изображение и иллюстрации.** Изображения и иллюстрации выполняют важную роль в онлайн-СМИ. Электронное издание за счёт неограниченного объёма информации позволяет применять изображения большого формата для полного замещения собой текста. Популярность описываемого приёма осложняется следующей особенностью – иллюстрация является «тяжелым» контентом, негативно влияющим на скорость загрузки страницы. Иллюстрации формирует облик издания и привлекают внимание аудитории к изданию. Они содержат визуальную информацию, которую читатель воспринимает быстрее текстов.

Помимо одной главной информации существует некий фоторяд. Информация, которую он несет, доступна самой широкой аудитории. Она понятна людям разных языковых культур и потому часто не нуждается в подписи. Фоторяды применяются в таких жанрах журналистики, как фоторепортаж, фотосерия, фотоочерк, т.е. в серийных фотографических жанрах. В их основе лежит единая тематическая сюжетная связь, которую обеспечивает грамотный композиционный монтаж издания.

**Обрезка изображения.** Такой приём обработки изображения, при котором небольшую часть картинки «отрезают», создавая акцент на определённой части изображения. Это помогает акцентировать внимание зрителя на каком-либо фрагменте, чтобы он захотел рассмотреть его подробнее.

**Коллажирование.** Серия изображений, составленных из разнородных элементов, равноценных по величине и смысловому содержанию. В коллажной композиции, как правило, отсутствует центр – главный элемент, подчиняющий остальные. Приём «коллаж» часто используют вместе с обрезкой изображения.

**Карта сайта.** На новостном портале ключевую роль играет контент, на нём держится вся работа портала. Но не смотря на важность контента, нужно позаботиться о визуальном качестве и предоставлении контента. Необходимо

сделать его удобочитаемым. Отображение контента является первым и наиболее неотъемлемым элементом любого успешного новостного портала. Нужный контент должен доставляться нужным пользователям в нужное время. Поскольку новостные порталы предназначены для широких масс, создание карты контента помогает расставить приоритеты в новостях, поэтому пользователи новостного портала могут легко находить интересующие их новости. Это достигается путем стратегической классификации и подклассификации новостей.

**Навигация.** Процесс создания многоуровневой навигации включает разделение новостей под определенными заголовками, а затем добавление их в более подходящие подзаголовки, чтобы их было легко найти. Например, заголовок может быть «Политика», а в рамках политики пользователь может найти такие подзаголовки, как «Международный», «Национальный» и «Региональный».

**Линии.** Как элемент, направляющий взгляд пользователя и расставляющий акценты. Линии помогают передавать различные идеи и замыслы. Прямые линии создают ощущение порядка и опрятности, волнистые олицетворяют движение, а зигзаги – напряжение. Направляющие линии всегда фокусируют взгляд зрителя на конкретных деталях в дизайне.

**Иконки.** Они являются чрезвычайно важной частью взаимодействия пользователем на новостном портале. Новостной портал предназначен для предоставления пользователям информации, которую они ищут, не заставляя их думать. Абстрактные элементы в виде значков как показано на рис.3 побуждают пользователей больше думать, а также затрудняют поиск того, что они ищут. Лучше придерживаться очевидных значений, так как более вероятно, что все узнают их.



Рисунок 3 – Пример интуитивно-понятных иконок для пользователя

**Направление.** Специально-выстроенное и продуманное направление сайта предлагает пользователю ранее спланированный путь. Важным аспектом дизайна выступает поток внимания – то есть путь, по которому движется взгляд пользователя. Путь отражает в каком порядке пользователь изучает содержимое, как читателю понять, куда смотреть дальше и показывает логичное направление. Каждый хороший дизайнер старается исследовать свой продукт с помощью движения взгляда. Такое исследование показывает паттерны потребления контента. Существуют стандартные паттерны движения взгляда как показано на рис.4 (в форме букв «F» и «E»), поэтому больше всего внимания пользователь уделит тому, что расположено по левому или по верхнему краю. Еще один распространенный паттерн – форма буквы «Z».

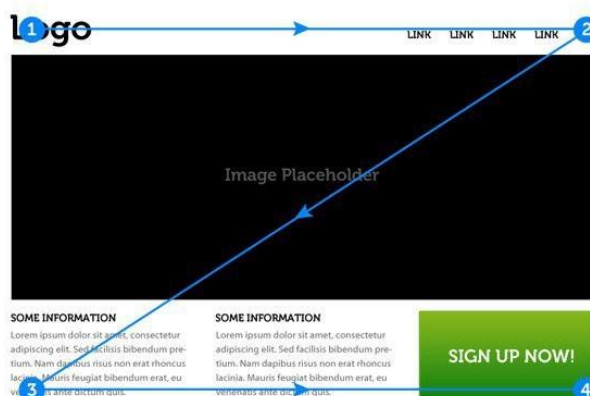


Рисунок 4 – Направление взгляда пользователя

Глаза пользователя обычно стремительно и рывками передвигаются из верхнего левого угла в правый нижний. Дизайнеру необходимо учитывать, что максимум внимания пользователя концентрируется в верхнем левом углу страницы, а при движении вниз оно плавно рассеивается.

**Масштаб.** Направляет внимание и расставляет акценты на определённые элементы. Масштаб играет значительную роль в дизайне. В базовом понимании, масштаб – это определённо-заданный размер различных элементов. Масштаб придаёт смысл композиции и помогает правильно толковать дизайн целиком. Однако совсем не обязательно всегда представлять элементы в их реальном размере. Можно создавать невероятно большие или очень маленькие изображения, чтобы произвести впечатление или подчеркнуть важное и второстепенное в дизайне. Когда масштаб задает важность элементов – это называется иерархией.

**Иерархия.** Иерархия помогает пользователям ориентироваться в дизайне. Новостной портал состоит из сотен материалов, поэтому очень важно определить, какие разделы необходимо выделить, а какие имеют первостепенное значение для читателей. Выделив основную классификацией контента, можно легко перейти к расстановке приоритетов в новостях в каждом модуле. Разумно организовав иерархию модулей и историй как показано на рис.5, можно легко узнать, какую историю нужно продвигать наверх, а какие следует отслеживать. Таким образом, для пользователя будет создано удобное чтение. Сверху иерархического списка располагаются самые важные вещи. Их нужно преподнести максимально понятно и в наилучшем виде, чтобы они привлекали больше внимания. Иерархия заключается не только в размере. Чем ярче и красочнее элемент, чем ближе к центру он расположен – тем выше его иерархия по отношению к более мелким, бледным или удаленным элементам. В дополнение к этому, организация иерархии историй также включает добавление соответствующих тегов к контенту, чтобы макет был чистым, и пользователи могли легко находить эти истории.

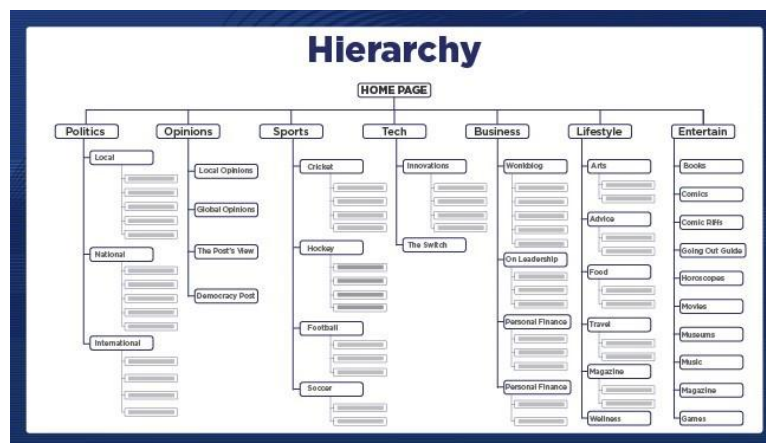


Рисунок 5 – Карта сайта, представленная в иерархическом расположении

**Симметрия.** Создаёт гармонию и ощущение спокойствия. Симметричные паттерны и дизайны человеку кажутся более привлекательными и эффективными. Симметрию часто используют в логотипах, чтобы добиться гармоничного и сбалансированного дизайна. Однако симметрия не является универсальным решением для любого дизайна.

**Асимметрия.** Блочный макет – это классика. Он отражает легко усваиваемый поток информации, когда концепции определили границы. Он формирует ощущение завершенности и просто помогает лучше понять структуру. Блоки означают симметрию. Тем не менее, существует асимметричный тренд, который всегда присутствовал на рынке. Он особенно актуален с сегодняшними широкоформатными экранами. В 2020 году асимметрия снова возвращается. Мы чувствуем себя комфортно с разделенным экраном, и этот принцип находит свое отражение в макетах.

**Сетка.** Является фундаментом и основой для дизайна: тот важный первый этап, который позволяет создать функциональный и прекрасный конечный продукт. В конечном результате дизайна, пользователь не видит сетку, но несмотря на это, она не перестаёт играть важную роль в дизайне. Сетка состоит из определенного количества колонок и рядов, по которым можно выравнивать элементы дизайна. При помощи сетки можно создать более упорядоченный, аккуратный, разборчивый и симпатичный облик.

Важной частью при формировании дизайна для интернет-СМИ является – шрифтовое оформление. Искусство выбора шрифта и набора текстов называется печатным исполнением, оно играет важную роль в создании любых СМИ, а также рекламы. Выбор шрифта не только определяет общий вид и читаемость, но и способствует привлечению внимания и интереса к содержанию. Использование одного вида шрифта там, где нужен другой, всегда воспринимается плохо. К примеру, если текст набран титульным (заголовочным) шрифтом, снижается скорость чтения, ослабевает внимание, т.к. прописные буквы акцентируют внимание на какой-либо конкретной фразе; на протяжении чтения всего текста — это повышенное внимание сохранять невозможно. Обычный вид текста набран шрифтом с верхним и нижним регистром.

Шрифт как основной инструмент отражения речи является одним из важнейших и древнейших средств коммуникации, следовательно, выполняет коммуникативную функцию передачи информации от одного индивида другому. Для реализации этой функции важна не гарнитура шрифта, а кегль. Мелкий кегль замедляет и усложняет чтение, а значит, и коммуникативный акт. Читатель может не суметь или не захотеть усвоить информацию, содержащуюся в сообщении. В этом случае говорят об одностороннем акте коммуникации. Коммуникативная функция шрифта является универсальной, так как каждая буква является носителем информации – вербальной и визуальной.

Шрифты, используемые в веб-дизайне, относятся к семейству гротесковых или сан-серифов. Благодаря отсутствию засечек они хорошо воспринимаются с экранов мониторов и других гаджетов. Наиболее популярными и влиятельными в среде графических и веб-дизайнеров являются:

***Frutiger.*** Этот шрифт рис.7 носит имя своего создателя – швейцарского дизайнера Адриана Фрутигера и существует во многих вариациях. Шрифт «Frutiger» без засечек стал часто-используемый в web-дизайне.



Рисунок 7 – Пример шрифта Frutiger

**Myriad.** Шрифт «Myriad» был разработан дизайнерами Кэрол Туомбли и Робертом Слимбахом по заказу компании «Adobe» в 1990-х годах. Широкое использование шрифта можно увидеть во всей продукции и маркетинговых кампаниях компании «Apple». Данный шрифт рис.8 имеет такие вариации написания, как «Myriad Pro», «Myriad Web», «Myriad Wild» и др.



Рисунок 8 – Пример шрифта Myriad

**Verdana.** Шрифт «Verdana» пока не находит большой любви среди графических дизайнеров, но вряд ли кто сможет отрицать его масштабное влияние на веб-графику и дизайн последних двух десятилетий. «Verdana» был разработан для компании «Microsoft» в 1996 году и все еще остается одним из самых используемых веб шрифтов.

**Gill Sans.** Шрифт «Gill Sans» рис.9 появился в Англии в 1928 году. Этот представитель шрифта без засечек был создан дизайнером Дугласом Клевердоном несколько позже изменен Эриком Гиллом. Этот шрифт находит применение в ряде продуктов «MacOS» и «Microsoft».



Рисунок 9 – Пример шрифта Gill Sans

Специфика шрифтов «Helvetica», «Verdana», «Tahoma», «Geneva», «Gill Sans» заключается в том, что при очень крупном или, наоборот, мелком кегле, они более читаемы, нежели серифы (шрифты с засечками, антиква). Кроме того, эти шрифты, будучи достаточно молодыми воспринимаются как менее официальные. Они подходят для донесения несложной информации неформального характера, рассчитанной на быстрое восприятие, поэтому применяются в дизайне онлайн-СМИ.

Итак, можно выделить следующие правила использования шрифтов в дизайне онлайн-СМИ:

- рекомендуется использовать в одном издании не более двух гарнитур. Обычно, это шрифт с засечками для основного текста и сан-сериф для заголовков, подзаголовков, сносок и т.д.



- не следует использовать только прописные буквы ни в заголовках, ни в основном тексте, т.к. это снижает эффективность восприятия информации;

- для заголовков и подзаголовков наиболее подходящими являются красный и синий цвета;

- лучше всего воспринимается текст, написанный черными буквами на белом фоне;

- не рекомендуется накладывать шрифт непосредственно на объемное изображение. Т.к. шрифт по своей природе – двухмерный, т.е. плоский объект, то и подложка под него желательна плоскостная, тогда текст и изображение не будут конфликтовать;

- информационное сообщение наиболее результативно, если имеет форму вертикального прямоугольника.

Существует одногарнитурный, малогарнитурный и многогарнитурный типы набора текстов. Малогарнитурный набор является признаком стиля; шрифтовое многообразие в данном случае служит показателем дурного вкуса. Многогарнитурный набор, это такой набор, где современные и устаревшие, гротесковые и латинские шрифты располагаются одновременно на одной странице. Различные шрифты вступают в противоречие друг с другом, в результате чего внешний облик издания теряет целостность и гармоничность.

Легкость чтения является важнейшей характеристикой онлайн-СМИ, т.е. простота различения не только единичной буквы, но и текста в целом. Легкость и быстрота чтения во многом зависят от характера начертания шрифта. Поэтому онлайн-СМИ, содержащие серьезную информацию, лучше использовать латинские (антиквенные) шрифты, которые лучше воспринимаются и читаются благодаря засечкам и многовековой привычке. Эти шрифты используются в традиционных и официальных посланиях, обращенных к бизнес-аудитории. Наиболее популярными антиквенными шрифтами являются «Times New Roman», «Garamond», «Baskerville», «Century Schoolbook».

Расстояние между строками шрифта называется интерлиньяж. Он измеряется в пунктах от базовой линии одного предложения до базовой линии следующего, расположенного под ним. Слишком малый или большой интерлиньяж делают текст нечитаемым.

Выделяют пять основных групп шрифтов:

- латинский или прямой – наиболее востребованный, особенно для чтения; обладает широкими композиционными возможностями, характеризуется вертикальными основными штрихами, буквы имеют квадратные пропорции (Антиква, Garamond, Roman);

- рубленый или сан-сериф (т.е. без засечек). Засечки (сериф) – небольшие элементы на концах штрихов букв. В полиграфии такие шрифты также называют гротесками (Helvetica); они характеризуются примерно одинаковой толщиной вертикальных элементов. Гротески активно применяются в рекламной индустрии, они способны более четко выразить сообщение, чем другие группы шрифтов. Однако считается, что в длинных текстах лучше использовать шрифты с засечками, т.к. их легче читать. Основная причина этого эффекта – в элементарной привычке к шрифтам с засечками.

- брусковый шрифт соединяет в себе латинский и гротеск: имеет одинаковой толщины линии при наличии засечек той же толщины, что и вертикальные штрихи (Typewriter elite regular);

- курсив или наклонный напоминает рукописный шрифт, буквы часто имеют соединительные элементы. Он довольно трудно воспринимается при чтении, поэтому используется в основном в заголовках, официальных заявлениях, подписях лично адресованных обращений, поздравлениях и рекламе (например, косметики или модной одежды, т.к. начертание букв передает образ женственности, хрупкой красоты);

- декоративный шрифт придает написанному новизну и декоративность, используется для достижения особого художественного эффекта, он весьма труден для чтения;

- компьютерные шрифты: наиболее распространены два способа описания и хранения компьютерных шрифтов: растровый и контурный. В шрифте растрового формата символы хранятся в виде растровых картинок – матриц из точек-пикселей. По этим описаниям точка за точкой строятся изображения символов на любом выводном устройстве. Однако при попытке преобразовать шрифт (например, увеличить кегль) качество изображения резко ухудшается, поэтому каждое начертание и каждый кегль всех используемых гарнитур надо описывать и хранить отдельно. Гораздо большими возможностями обладают контурные или векторные шрифты. Здесь используется математическое описание контуров символов (т.е. они переводятся в кривые), что позволяет практически неограниченно масштабировать и модифицировать шрифты, делает их независимыми от конкретного выводного устройства. Это «PostScript»-шрифты векторных программ, таких, как «Adobe Illustrator», «Adobe InDesign» и др.

## 2 ВОЗНИКНОВЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОНЛАЙН-СМИ «АМУР.ИНФО» И «АМУРСКАЯ ПРАВДА»

### 2.1 История формирования региональных новостных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда»

*«Амур.Инфо».* Информационный портал «Амур.Инфо» на медийном информационном рынке региона, данный ресурс работает 19 лет. За всё это время сайт сумел завоевать многочисленную аудиторию пользователей, их число растёт с каждым месяцем.

Информационный портал «Амур.Инфо» был создан в конце 2001 года после чего взял небольшой перерыв. Однако уже в начале 2002 года снова возобновил свою деятельность.

К 2007 году разработчики портала успели опробовать четыре разных версий сайта. Изменения включали в себя технологическую и визуальную часть. На сайте появились новые возможности, одна из которых позволяла следить за погодой в Благовещенске. Мало того данная информация обновлялась ежеминутно.

В 2012 году на информационный портал добавили дополнительные разделы, такие как: «Эхо Москвы в Благовещенске», «Культпросвет», «sp.amur.info». В начале 2013 года у раздела «Жизнь города» появилась новая рубрика – справка «2GIS».

Уже в 2014 году у портала появилась новые технические возможности, которые позволяли расширяться и наполнять сайт дополнительными разделами и рубриками. Например в январе 2015 года запустили абсолютно новый раздел «Эксперты» который функционирует и на сегодняшний день.

На сегодняшний момент портал «Амур.Инфо» загружает от 20 до 40 информационных и аналитических материалов в день. Проанализировав новостную ленту и просмотры отдельных новостных материалов, можно

рассчитать примерную статистику ежедневных посетителей портала – от 3000- до 10 000 пользователей в день.

Компания «Медиалогия» провела исследование рис. 10 и подготовила рейтинг медиаресурсов Амурской области за 1 квартал 2020 года в котором выдвинула топ-10 самых цитируемых СМИ Амурской области. В данном исследовании Рис.5 информационный портал «Амур.Инфо» занимает первое место как самое посещаемое и цитируемое информационное агентство. Амурская правда занимает лидирующие позиции, но уже в категории печатного СМИ.

СМИ	Категория	ИЦ
1. Амурская правда	Газета	14,60
2. ИА Амур.инфо	Информагентство	14,09
3. Порт Амур	Информагентство	5,11
4. Gazeta-bam.ru	Интернет	4,20
5. Amur28.info	Информагентство	3,80
6. Asn24.ru	Интернет	3,11
7. Tvs-media.ru	Интернет	2,54
8. ГТРК Амур	ТВ	2,13
9. Зейские вести сегодня	Газета	2,06
10. Teleport2001.ru	Интернет	0,80

Рисунок 1 – Топ-10 самых цитируемых СМИ Амурской области - I квартал 2020

Если заглянуть в Яндекс Wordstat Рис.11 который позволяет проследить и просмотреть статистику запросов сайтов, то информационный портал «Амур.Инфо» будет является лидером по самым запрашиваемым СМИ в Амурской области – 9 411 запросов (показов) в месяц.

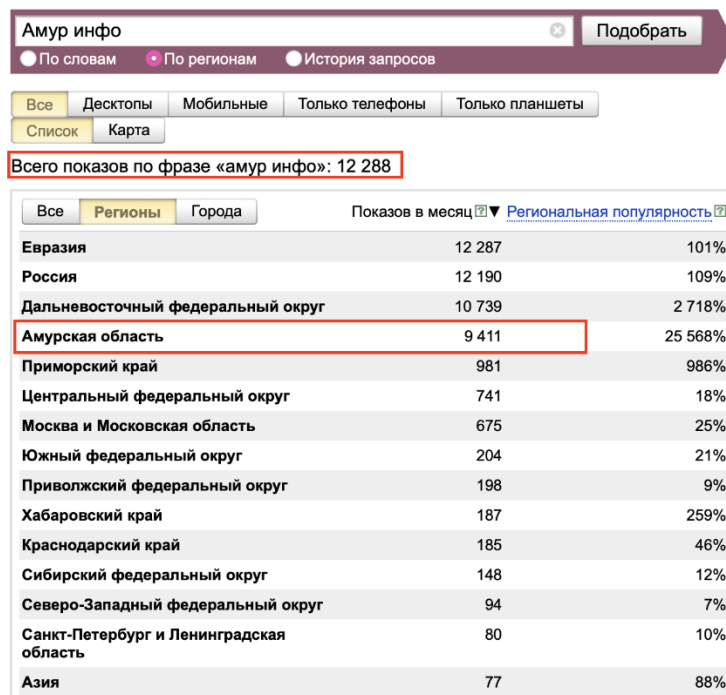


Рисунок 2 – Статистика запросов на Яндекс Wordstat за июнь, 2020

Каждый день на портале освещаются общественно-политические материалы, анонсы культурных событий, курсы валют, телепрограммы, частные объявления и вакансии. Раздел «Видео» предоставляет возможность смотреть видеорепортажи на актуальные и свежие темы.

*Амурская Правда.* Газета «Амурская правда» является старейшим изданием Дальнего Востока и Амурской области. Первый номер вышел 24 февраля 1918 года.

На сегодняшний день газета и сайт «Амурской правды» ежедневно освещают события региона. Целевая аудитория Амурской правды – широкая, так как производимая информация затрагивает абсолютно разные темы. Самыми обновляемыми рубриками издания являются: экономика, политика, малый бизнес, законотворчество, социальная сфера, образование, культура, спорт, семья.

Сайт «Амурская правда» был создан в феврале 2004 года. Каждый день на нём публикуются от 20 до 40 информационных и аналитических материалов.

Журналисты Амурской Правды являются многократными победителями всероссийских конкурсов профессионального мастерства. Кроме того, они проходят профессиональные стажировки в федеральных изданиях и организациях.

Снова обратившись к Яндекс Wordstat Рис.12 можно заметить что показатели поисковых запросов для сайта «Амурская Правда» значительно снизились по сравнению «Амур.Инфо» – 5 336 запросов (показов) в месяц.

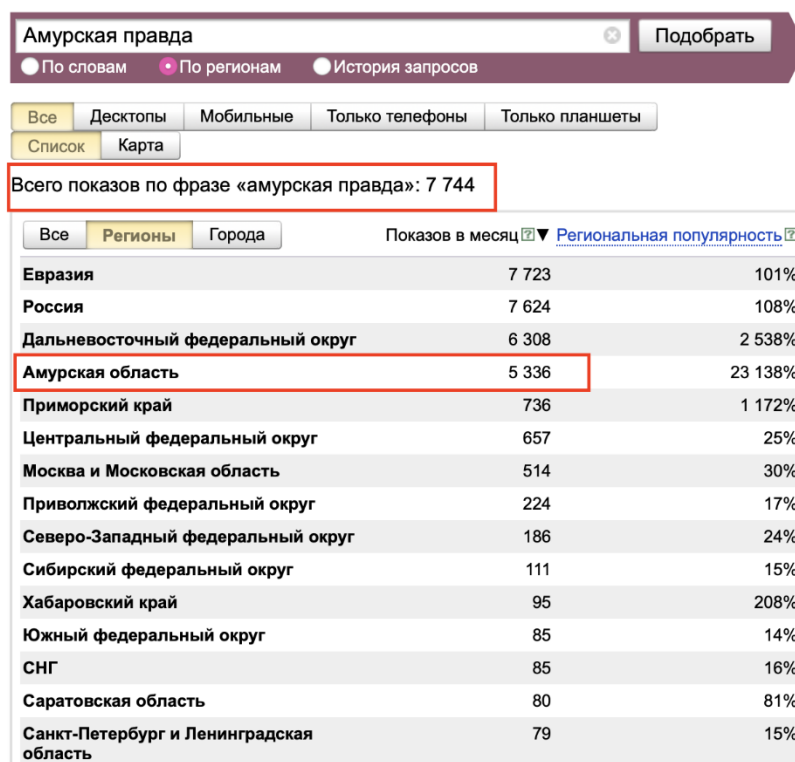


Рисунок 12 – Статистика запросов на Яндекс Wordstat за июнь, 2020

Однако «Амурская правда» не сбавляет обороты по созданию уникального контента и благодаря этому входит в тройку лидеров области по подписке и читаемости. Газета старается поддерживать связь со своими читателями с помощью встреч, конкурсов и писем в редакцию.

Успешным показателям являются стабильные розничные продажи и мощная база рекламодателей, в числе которых крупные производственные, финансовые, телекоммуникативные предприятия не только Дальнего Востока, но и России.

## 2.2 Особенности элементов веб-дизайна на примере новостных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда»

Новостные веб-сайты могут быть довольно разнообразными с точки зрения дизайна. Вне зависимости от тематики, такие сайты всегда имеют дело с огромным количеством контента на главной странице, что создает довольно сложные задачи, связанные с навигацией, обложкой и юзабилити. В этой главе мы рассмотрим некоторые особенности веб-дизайна на примере новостного портала «Амур.Инфо» и «Амурская Правда».

**«Амур.Инфо».** На новостном портале используется несколько художественных приёмов оформления веб-страницы. Во-первых, это структурирующий приём – сверху вниз. Тесть информация представлена в колончатой форме, что интуитивно позволяет пользователю не потеряться в ней. В дополнении к этому приёму добавили приём – слева направо рис.13 где разные новостные материалы разграничены горизонтальными линиями, но размещены на одной странице. Данные приёмы особенно ярко прослеживаются в верхней части главной странице портала.



Рисунок 3 – Стилистические приёмы на главной странице портала «Амур.Инфо»

Также на портале активно применяются вертикали – это вертикальные линии подчеркивают высоту веб-страницы. В случае «Амур.Инфо» данные



линии служат границами для предоставляемой информации, что позволяет сделать её более структурированной. Горизонтальные – горизонтальные линии подчеркивают многослойность портала и также служат границами между разнообразной информацией.

Что касается конфигурации материалов, портал имеет смешанную структуру. Ровно-выстроенные прямоугольные или квадратные материалы, с минимальными боковыми отступами пересекаются ломанными новостными материалами, где колонки разнятся по высоте и ширине.

**Пропорции.** Новостной портал «Амур.Инфо» соблюдает естественные пропорции, что характерно для золотого сечения. В дизайне применяется соотношение трёх пропорциональных сегментов (блоков) рис.14. Такое соотношение графических элементов позволяет пользователям легко воспринимать информацию на экране.



Рисунок 4 – Золотое сечение на портале «Амур.Инфо»

**Цветовое оформление.** На портале «Амур.Инфо» преобладает синий и красные цвета. Синий текст выделяет гиперссылки рис.15 и кнопки рис.16, призывающие к действию. Красный же подчёркивает важность материала и также обозначает гиперссылки. Хочется отметить, что синий и красный –

являются не сочетаемыми цветами. Такое соотношение цветовой гаммы создаёт резкое и тяжелое для глаза восприятие графических элементов.

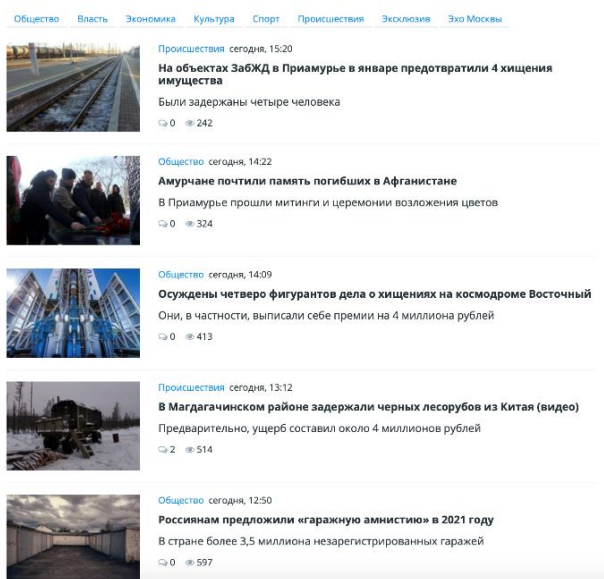


Рисунок 5 – Цветовое выделение текста на портале «Амур.Инфо»

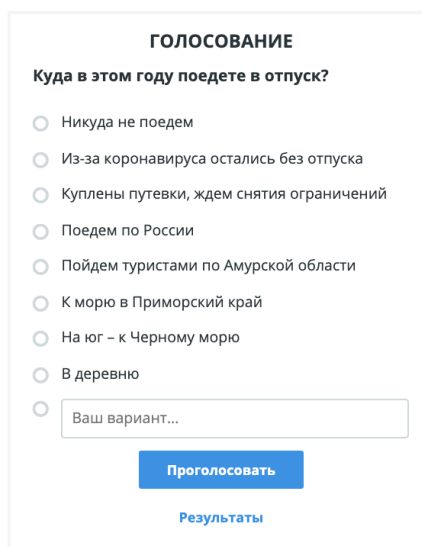


Рисунок 6 – Цветовое решение для кнопок на портале «Амур.Инфо»

Что касается красного цвета, на портале он служит акцентирующим маяком. Он используется не так часто, но всегда к месту. Например, много красного преобладает на интерактивных рекламных баннерах, что отвлекает от основного контента. Это говорит о том, что редакция на первое место ставит рекламу и делает её более заметной для читателя.

**Контраст.** На портале присутствуют контрастные элементы. Первый и очевидный заключается в цвете шрифта – чёрные буквы на белом фоне. Этот приём облегчает визуальное потребление текстового материала. Второй приём прослеживается в разделе «Афиша» рис.17 в виде коллажирования изображения, где большой элемент располагается рядом с маленькими. Таким образом создается информационный акцент.

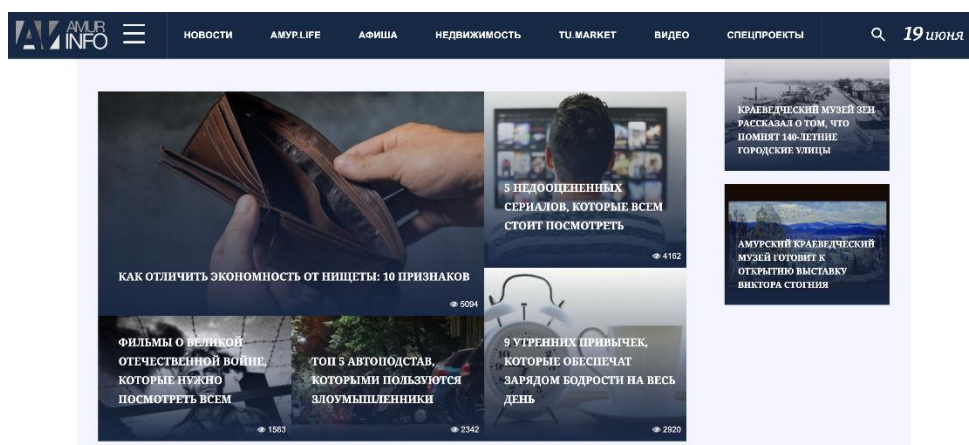


Рисунок 7 – Приём большой-маленький в виде коллажирования изображений

**Шапка и боковые баннеры.** Новостные сайты нуждаются в монетизации, поэтому рекламные баннеры и шапки становятся ключевым источником дохода. Портал «Амур.Инфо» рис.18 использует яркую и привлекающую внимание баннерную рекламу на всех страницах портала.

Однако, не стоит создавать дизайн, который делает важные элементы сайта похожими на рекламные блоки, и даже саму рекламу. Чтобы реклама была эффективной, её дизайн необходимо проработать и подумать над последующим размещением на портале. Сейчас «Амур.Инфо» делает это интуитивно, используя устаревшие приёмы подачи рекламной информации. Также при создании баннерной рекламы следует помнить важное правило – не использовать мигающий текст или какую-либо рекламу с агрессивной и назойливой анимацией.

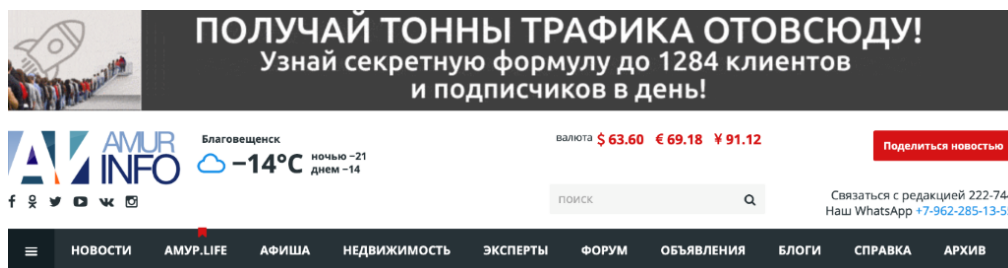


Рисунок 18 – Шапка главной страницы новостного портала «Амур.Инфо»

**Навигация.** Одной из основных особенностей удобства использования продукта является проработанная навигация (карта сайта). Если пользователи не знают в каком разделе сайта сейчас находится и как ему достичь своих целей с помощью этого сайта, то визуальное исполнение не имеет никакого значения вовсе. «Амур.Инфо» рис.19 использует место для навигации сразу под шапкой сайта в виде меню. Меню является одним из основных элементов навигации. Это графический элемент управления, который представляет варианты взаимодействия с интерфейсом. На сайте навигация выпадает в виде списка команд, обозначающие возможные действия для пользователя.

Логически-выстроенное и продуманное меню значительно ускоряет процесс достижения целей и удовлетворения потребностей, которые закладывают прочную основу для положительного пользовательского опыта. Меню могут иметь различные местоположения в интерфейсе. «Амур.Инфо» в своём дизайне использует боковое раскрывающееся меню.

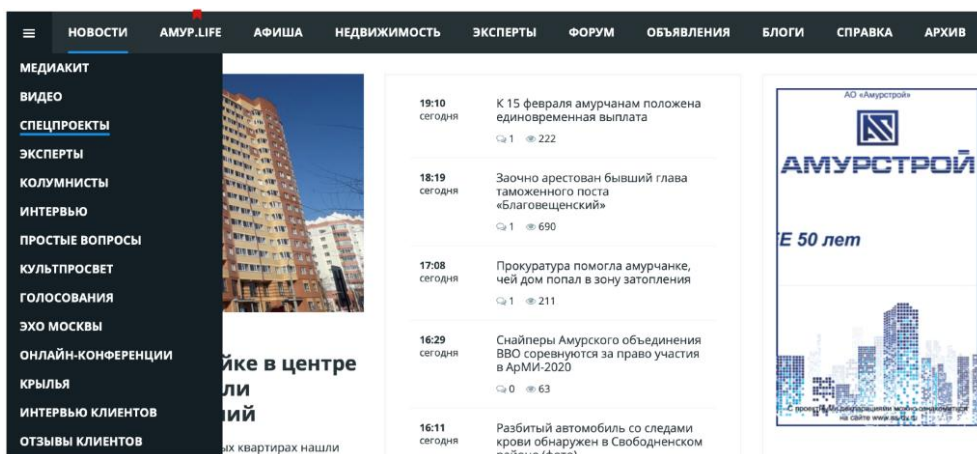


Рисунок 19 – Боковое меню главной страницы новостного портала «Амур.Инфо»

**Области со вкладками контента.** Новостные веб-сайты привыкли использовать вкладки с контентом, которые позволяют посетителям видеть популярные статьи, недавние статьи и так далее. Для таких вкладок иногда отводится место на боковой панели рис.20, иногда – в области с основным контентом. Это позволяет дать пользователям больше контроля над тем контентом, который они хотят видеть. Также это может сэкономить пространство портала.

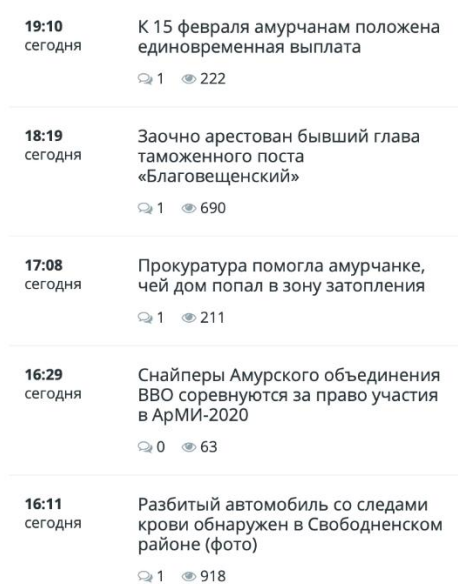


Рисунок 8 – Боковая лента новостей на главной странице сайта «Амур.Инфо»

**Обложки, основанные на сетке.** Такой дизайн популярен не только из-за четкого и строгого вида, но и из-за того, что так удобнее всего управлять контентом и организовывать его. У портала «Амур.Инфо» рис.21 информация на главной странице основана на сетке в виде столбцов. Они расположили новости в табличной форме, добавили фотографии. Такое визуальное решение воспринимается намного легче.

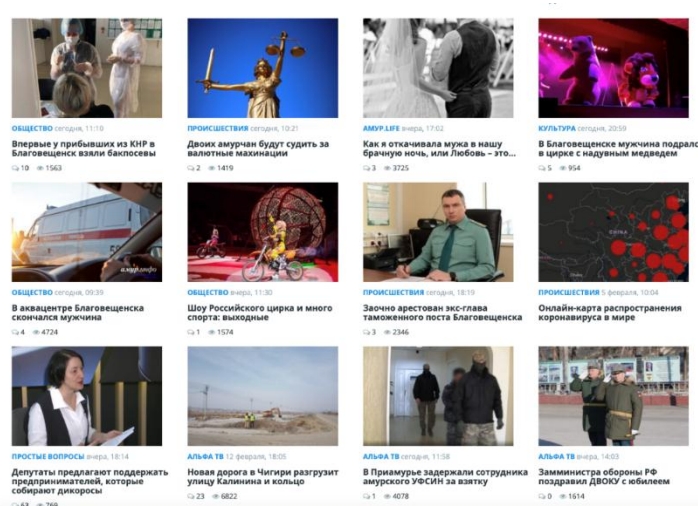


Рисунок 21 – Новостная лента на главной странице сайта «Амур.Инфо»

**RSS фид.** Подписка и RSS фид – очень важная часть для введения соц.сетей. Портал в том числе использует эту систему, призывая пользователей подписаться на их аккаунты в социальных сетях. На портале рис.22 фид находится в шапке сайта, в достаточно видном месте – под логотипом. Однако иконки на социальные сети сразу заметить сложно, так как они имеют синий цвет, который практически сливается со цветом логотипа.



Рисунок 9 – RSS фид на главной странице новостного портала «Амур.Инфо»

**Амурская Правда.** На новостном портале «Амурская правда» используется два художественных приёма оформления веб-страницы. Во-



первых, это структурирующий приём – сверху вниз, где информация представлена в колончатой форме, что интуитивно позволяет пользователю не потеряться в ней. В дополнении к этому приёму добавили приём – слева направо рис.23, где разные новостные материалы разграничены горизонтальными линиями, но размещены на одной странице. Данные приёмы особенно ярко прослеживаются в верхней части главной странице портала.

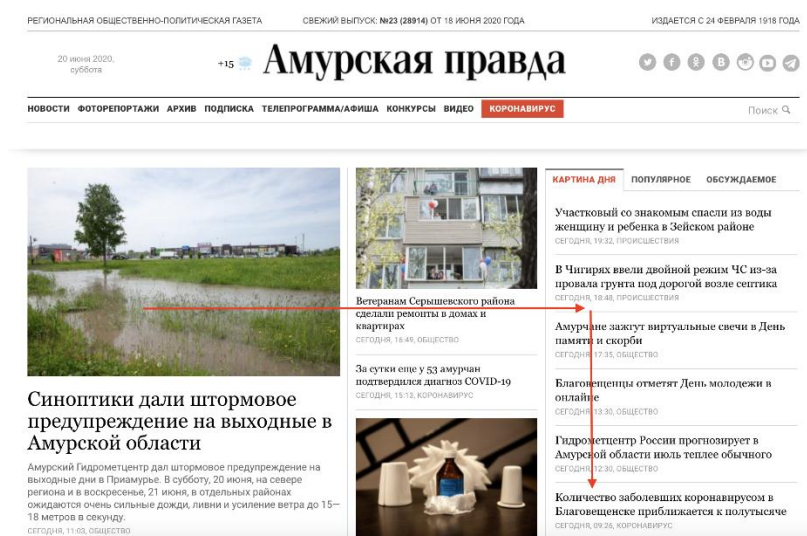


Рисунок 10 – Стилистические приёмы на главной странице портала «Амурская Правда»

Также на новостном портале используются вертикали – это вертикальные линии, которые подчеркивают высоту веб-страницы и разграничивают информацию на отдельные блоки. Это позволяет сделать её более структурированной. Горизонталь – горизонтальные линии подчеркивают многослойность портала, а также служат границами между новостными материалами.

По конфигурации материалов – портал имеет смешанную структуру. Ровно-выстроенные прямоугольные или квадратные материалы, с минимальными боковыми отступами пересекаются с ломанными структурами

наполненными новостными материалами, где колонки разнятся по высоте и ширине.

**Пропорции.** Новостной портал «Амурская Правда» по структуре похож на портал «Амур.Инфо», где также соблюдены пропорции золотого сечения. На портале «Амурская Правда» применяется соотношение трёх пропорциональных сегментов (блоков) рис.24. Такое соотношение графических элементов позволяет пользователям легко воспринимать и читать информацию на широком экране.

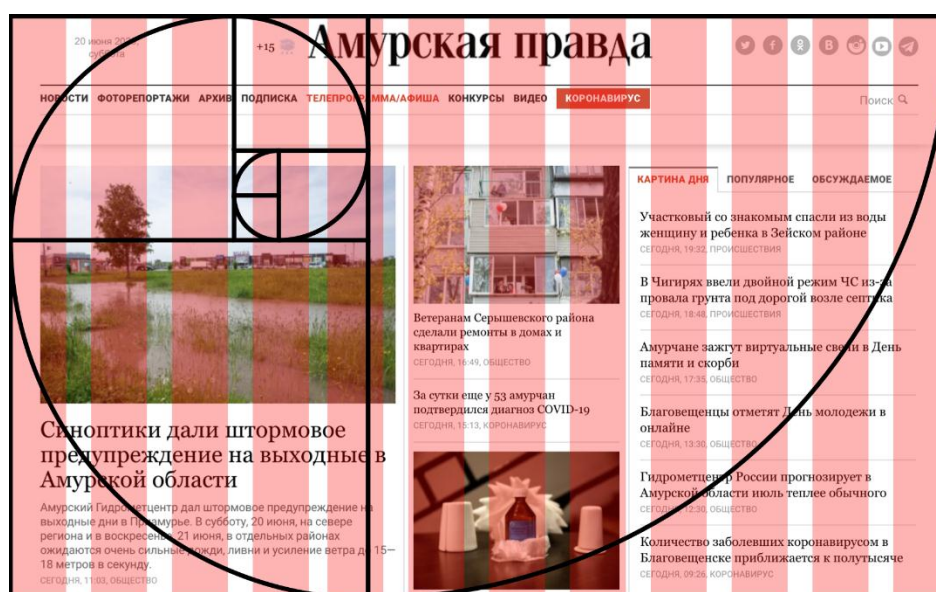


Рисунок 11 – Золотое сечение на портале «Амурская Правда»

**Цветовое оформление.** На портале достаточно скромный цветовой диапазон – красный, чёрный и серый. Мало не значит плохо. Узкая цветовая палитра поддерживает чистоту и минимализм, и позволяет без усилий ориентироваться в рубриках и главных новостях. К тому же, появляется ощущение будто читаешь не электронный ресурс, а бумажную газету. В качестве акцентного цвета портал применяет красный цвет. Так как основной цвет портала – белый, а шрифт чёрный, яркий красный цвет в данном случае активно привлекает внимание. Этот цвет не навязчивый, он выделяет главные рубрики на портале, например на данный момент – это рубрика «Коронавирус» и «Конкурсы» рис.25. Также этот цвет служит навигационным цветом. Он



проявляется на всех рубриках, стоит только навести курсор на слово как чёрный цвет шрифта переменяется на красный.

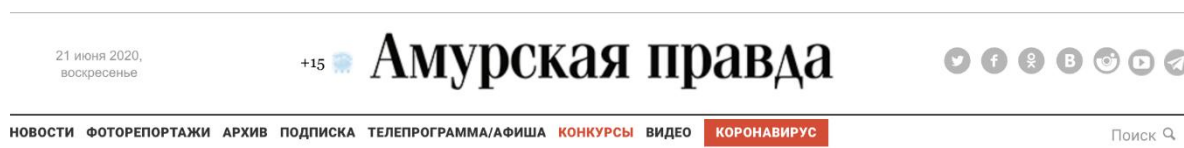


Рисунок 12 – Цветовое оформление рубрик на портале «Амурская Правда»

**Шапка и боковые баннеры.** Шапка на портале имеет чёткую структуру. В правом верхнем углу располагаются кнопки на социальные сети, под ними располагается поисковое поле, которое позволяет быстро ориентироваться на портале. У «Амурской Правды» нет привычного бокового меню, так как все рубрики помещаются на одной полосе. Этот приём называется – горизонтальная навигация. У рубрик – новости и архив есть подрубрики, которые выплывают при наведении курсором на основную рубрику. Также в шапке ежедневно обновляется прогноз погоды, дата и время.

**Области со вкладками контента.** Использование вкладки с контентом дает возможность пользователям наблюдать за ежедневно-обновляемыми актуальными новостями. Данная вкладка на портале размещена слева рис. 26 и разграничена от основной информации серыми горизонтальными и вертикальными линиями. Для удобства, под каждый материал разместили время и жанр произошедшего события. Такая вкладка со срочными и горячими новостями позволяет пользователям отбирать потребляемый ими контент. К тому же это значительно экономит пространство на портале.



Рисунок 13 – Боковая лента новостей на главной странице сайта «Амурская Правда»

**Обложки, основанные на сетке.** Сетка организует и структурирует задуманный макет. На портале «Амурская Правда» рис.27 новостная лента на главной странице основана на сетке в виде столбцов. Расположение новостей в табличной форме позволяет воспринимать информацию быстрее, ориентируясь по рубрикам и заголовкам.







<p><b>люди</b></p>  <p>Умер известный амурский агроном Александр Седух</p> <p>Основатель «А-Стом» Михаил Юшков о клинике, смелости действовать и жить «здесь и сейчас»</p> <p>Его сыниельство Шэл: собака-поводырь подняла незрячего благоуещенца с дивана и вернула к жизни</p> <p>«Любимая Раиса Павловна!»: ученики со всей России поздравили амурского учителя с выходом на пенсию</p> <p>Из времен кассетных магнитофонов: амурский ведущий праздников выпустил альбом в жанре ретро-поп</p>	<p><b>экономика</b></p>  <p>Автотуры запустят в Амурской области и Хайлуиньане после открытия международного моста</p> <p>На продолжение ремонта набережной Амура выделит 170 миллионов</p> <p>Налоговая инспекция в Тамбовке приостановила прием посетителей</p> <p>Муниципалитеты на полгода освободят владельцев ларьков и летних кафе от платы за размещение</p> <p>Полсотни амурских предпринимателей обратились за региональными субсидиями до 200 тысяч рублей</p>	<p><b>ПРОИСШЕСТВИЯ</b></p>  <p>Участковый со знакомым спасли из вода женщину и ребенка в Зейском районе</p> <p>В Читграх ввели двойной режим ЧС из-за провала грунта под дорогой возле септика</p> <p>Сотрудницу соцзащиты Мазановского района обвиняют в покушении на мошенничество</p> <p>Белогорская предпринимательница за взятку склет на семь лет и вылагит 16 миллионов штрафа</p> <p>Миллион рублей перевел мошенникам житель Зейского района</p>
<p><b>новости партнеров</b></p>  <p>Сбербанк запускает многофункциональный сервис СберЗдоровье</p> <p>Более тысячи клиентов Дальневосточного Сбербанка зарегистрировали бизнес дистанционно</p> <p>Амурские фирмы и госустройства подключают номер 8 800 от «Ростелекома»</p> <p>Сервис подбора недвижимости в новостройках от ДомКлик стал доступен в Амурской области</p> <p>Пять районов Амурской области получили новую автотехнику</p>	<p><b>КОСМОДРОМ</b></p>  <p>Губернатор Василий Орлов и Дмитрий Рогозин посетили космодром Восточный</p> <p>Белоруссия подключится к строительству космодрома Восточный</p> <p>Гигантский стартовый стол для новой ракеты на космодром Восточный привезут по воде</p> <p>Космический спутник АмГУ совершил пятитысячный виток вокруг Земли</p> <p>Дмитрий Рогозин: «Больших коронавирусом на Восточном нет»</p>	<p><b>СПЕЦПРОЕКТЫ</b></p>  <p>Китайский квартал: как жили и кем работали 100 лет назад китайцы в Приамурье</p> <p>На работу в штат: журналист «Амурской правды» – об опыте дистанционной работы из-за коронавируса</p> <p>Тайны профессии барбера: «Стрижка в барбершопе дороже только из-за понтов»</p> <p>«Мне хотелось обнять весь мир!»: последняя страница хроники карантина благоуещенского стилиста</p> <p>«Как же бесечно мы жили раньше»: благоуещенский стилист ведет в АП дневник</p>

Рисунок 14 – Новостная лента на главной странице сайта «Амурская Правда»

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках выполнения данного исследования были сформулированы и поставлены следующие задачи: Выявление специфики функционирования современных онлайн-СМИ; Определение дизайна – как выражение значимой концепции для онлайн-СМИ; Изучение появления и формирования региональных СМИ «Амур.Инфо» и «Амурская Правда»; Определение особенностей веб-дизайна на примере новостных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда».

В ходе работы нами также была определена специфика функционирования информационного пространства, сущность и назначение информационных порталов и их воздействие на общество. Также мы сделали вывод что более эффективный информационный обмен заключается в обратной связи между участниками коммуникативного процесса в информационном пространстве. Нам удалось понять, что в условиях информатизации и глобализации общества, спрос на получение информации в интернет ресурсах возрастает значительными темпам, исходя из этого повышается значимость и спрос на онлайн-СМИ.

В первой главе для решения задачи исследования специфики функционирования онлайн-СМИ мы начали рассуждения с выделения особенностей взаимодействия и медиаобразования в контексте становления цифровой культуры общества. Изучая данный вопрос, мы пришли к выводу о том, что цифровая медиакультура проникает в социальную реальность так же глубоко, как логика социального устройства проникает в медиа. В результате этого тесного взаимодействия стирается грань между социальной системой и цифровой медиакulturой. Теперь социальная природа современного человека уже не существует вне процессов медиатизированной коммуникации, и человек волей-неволей становится «медийным».

При изучении задачи исследования, нам удалось понять, что онлайн-СМИ имеет ряд индивидуальных особенностей. Гипертекстуальность и мультимедийность помогают делать информацию более наполненной художественными элементами. Мультимедийность позволяет добавлять различные видео, изображения и другие графические расширения. За счёт гипертекстуальности происходит расширение информационных материалов. Гипертекст как-бы направляет пользователя на дополнительные источники информации, расширяя полноту освещаемого вопроса. К тому же, изучая данный вопрос мы поняли, что процесс освещения и формирования повестки дня средствами массовой информации для фокусирования общественного внимания в интернете становится более затруднительным. Это происходит за счёт колоссального роста количества информационных ресурсов и их возможностью быстрого обновления контента вплоть до режима реального времени. Но благодаря использованию различных графических и изобразительно-выразительных элементов, процесс ориентирования в потоке информации и её усвоения значительно облегчается.

Плавно переходя от типологического анализа, мы выявили особенности веб-дизайна для онлайн-СМИ и определили, что в первую очередь при создании дизайна электронных СМИ необходимо опираться на то, чего хочет достигнуть пользователь при использовании информационного портала. То есть, на тот факт, что конкретно интересует пользователя и как он может быстрее найти необходимую для него информацию посредством гармоничного и правильно-выстроенного дизайна. Именно такой подход определяет «удобство пользования» – юзабилити, специфику которого мы также рассмотрели в рамках исследования.

Определяя дизайн – как выражение значимой концепции для онлайн-СМИ, в мы в первую очередь ориентировались на тенденции развития веб-дизайна. Например, мы выделили такие особенности в веб-дизайне как: учёт важности используемого шрифта и поняли, что веб-типографика имеет ряд особенностей, связанных со спецификой чтения с экрана или невозможностью

использования каких-либо гарнитур, кроме предустановленных в пользовательских компьютерах.

Главной задачей нашего исследования являлось изучение становления и развития региональных онлайн-СМИ – «Амур.Инфо» и «Амурская Правда», а также их последующий анализ художественных приёмов оформления веб-страниц. В процессе решения этой задачи мы провели соответствующее аналитическое изучение дизайна двух порталов, их взаимодействие с пользователями. По итогу нам удалось выявить пропорциональные сегменты главных страниц портала, обнаружить контрастные элементов и определить сопутствующие графические дополнения.

Подводя итоги проделанной работы можно сделать следующее заключение: дизайн в интернет-среде выступает как новый вид визуального языка. Своеобразие дизайна электронных изданий определяется множеством факторов. Специфический характер веб-дизайна формирует такие особенности, как гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность и прочие аспекты визуальной среды. Обеспечение эстетического внешнего вида портала онлайн-СМИ, удобство и функциональность пользования, стабильность и корректность его работы – все это должно быть частью круга обязанностей дизайнера, достижение которого возможно только при учете специфики веб-среды и сопутствующих факторов.

Таким образом, задачи, поставленные в рамках выпускной квалификационной работы решены и цель, заявленная как, анализ особенностей веб-дизайна на примере двух информационных порталов «Амур.Инфо» и «Амурская Правда» достигнута.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Андреева, Г. М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2001. – С. 213-222.
- 2 Беспалова, И. В. Дизайн СМИ: Учебно-методическое пособие / И. В. Беспалова. – М. : 2017. – 73 с.
- 3 Буковецкая, О. А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая. – 3-е изд., – М. : 2016. – 278 с.
- 4 Большаков, С. Н. Психология массовых коммуникаций / С. Н. Большаков, Н. П. Коваленко. – М. : 2012. – 135 с.
- 5 Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
- 6 Вартанова, Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е. Л. Вартанова. – М. : Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 224 с.
- 7 Векслер, В. А. Изучение технологий интернета в менеджменте [Электронный ресурс]: Современные научные исследования и инновации / В. А. Векслер. – М., 2014. – Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2014/04/32961> – 15.04.2020.
- 8 Гаррет Дж. Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия / Дж. Гаррет. – М. : Изд-во Символ-Плюс, 2008. – 35 с.
- 9 Дунас, Д. В. Актуальные концептуальные подходы к рассмотрению процесса медиапотребления онлайн-новостей молодежью / Д. В. Дунас, А. В. Толоконникова, Т. С. Черевко. – М. : Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика, 2017. – 30-50 с.
- 10 Жолудь, Р. Публичная сфера в социальных медиа: от деградации к трансформации / Р. Жолудь. – М. : Вестник Воронежского государственного университета. Сер: Филология и Журналистика, 2013. – 131-134 с.
- 11 Зельдман Дж. Web-дизайн по стандартам / Дж. Зельдман. – М. : Изд-во НТ Пресс, 2005. – 440 с.

- 12 Кима, М. Н. Основные тенденции развития СМИ в условиях формирования глобального информационного пространства / М. Н. Кима. – М. : Изд-во СПбГУ, 2002.
- 13 Кертис, Х. Web-дизайн: Опыт профессионалов / Х. Кертис. – М. : Изд-во ДМК Пресс, 2016. – 256 с.
- 14 Клонингер, К. Свежие стили Web-дизайна: как сделать из вашего сайта «конфетку» / К. Клонингер. – М. : Изд-во ДМК Пресс, 2015. – 250 с.
- 15 Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернет / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева М. : 2005. – 38-44 с.
- 16 Немцова, Т. И. Компьютерная графика и веб-дизайн / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А. В. Шнякин. – М. : Изд-во ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 400 с.
- 17 Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 109 с.
- 18 Панфилов, К. Создание веб-сайта от замысла до реализации / К. Панфилов. – М. : Изд-во ДМК Пресс, 2014. – 440 с.
- 19 Смирнова, Л. Э. История и теория дизайна / Л. Э. Смирнова. – М. : Изд-во СФУ, 2014. – 224 с.
- 20 Солдатова, Г. У. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность / Г. У. Солдатова, Е. И. Рассказова, Т. А. Нестик. – М. : Смысл, 2017. – 374 с.
- 21 Успенский, И. В. Интернет-маркетинг / И. В. Успенский. – М. : Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 35 с.
- 22 Nelson T. H. File Structure for the Complex, the Changing and the Indeterminate [Электронный ресурс] / T. Nelson. – М., 2005. – Режим доступа : <http://csis.pace.edu/~marchese/CS835/Lec3/nelson.pdf> – 10.05.2020.
- 23 Ragnedda, M. Conceptualizing Digital Capital. Telematics and Informatics / M. Ragnedda. – М. : 2018. – P. 2366-2375.