

ИСТОРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Научная статья

УДК 655.262

doi: 10.17223/26188422/14/7

Разработка трансмедийной модели издательского проекта (на примере переиздания творческого наследия дореволюционных писателей Сибири)

Василий Александрович Вершинин¹

¹ *Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, Россия, virshinin@gmail.com*

Аннотация. Изменения технологий и трендов на медиаландшафте позволяют делать издательские проекты сложными трансмедийными продуктами, способствующими вовлечению большего числа читателей. Проектирование таких продуктов актуализирует применение системного подхода для согласования их вербальных и визуальных аспектов с учетом требований разных медиаплатформ. В статье представлен опыт адаптации метода комплексного моделирования периодики для издательской подготовки проекта по переизданию творческого наследия дореволюционных писателей Сибири. Рассматривается разработка элементов оформительской модели и взаимодействие компонентов проекта на различных медиаплатформах.

Ключевые слова: моделирование прессы, медиапроектирование, медиадизайн, книгоиздание

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-78-10126, <https://rscf.ru/project/22-78-10126/>.

Для цитирования: Вершинин В. А. Разработка трансмедийной модели издательского проекта (на примере переиздания творческого наследия дореволюционных писателей Сибири) // Вопросы журналистики. 2023. № 14. С. 113–128. doi: 10.17223/26188422/14/7

Original article

doi: 10.17223/26188422/14/7

Designing the transmedia model for a publishing project.

The case of republishing the creative legacy of pre-revolutionary Siberian writers

Vasily A. Vershinin¹

*¹ National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation,
virshinin@gmail.com*

Abstract. This article delineates the adaptation of the complex modeling method applied to periodicals for the preparation and publication of a project aimed at republishing the creative legacy of pre-revolutionary Siberian writers. The project encompasses the creation of a printed book, an electronic resource (featuring expanded functionalities for engaging with Siberian writers' heritage and scholarly materials), and a multimedia longread available in desktop and mobile versions. Additionally, it involves the establishment and management of social media accounts, accompanied by a series of publications. Development of the design model and interaction elements across various media platforms entailed an extensive analysis, encompassing both typologically akin products and original materials dating back over a century. The objective was to identify elements reflective of the pre-revolutionary era of Siberian writers while maintaining contemporary readability. Furthermore, crafting the transmedia product model involved devising a comprehensive mechanism governing the functional interaction among its components, as depicted in the corresponding schematic representation. The dynamic transformations within the periodicals market have significantly constrained the conventional application of complex press modeling. Conversely, the book market exhibits optimistic recovery dynamics following the aftermath of the coronavirus pandemic. Evolving technologies and shifts in media trends permit the transformation of publishing projects into intricate transmedia entities, facilitating heightened reader engagement. The conceptualization of such products necessitates the employment of a systematic approach, aligning verbal and visual elements to meet the diverse requirements of various media platforms while offering tools for efficient work distribution. The Tomsk State University Faculty of Journalism has a well-established tradition in the preparation and publication of book products, with the primary framework of this process adopting a complex modeling approach. This method is continually refined to accommodate the nuances of contemporary media design. Modern book projects transcend the traditional notion of books, evolving into multifaceted media products encompassing websites, social media accounts, offline events, and other platforms. Each platform possesses typological distinctions, influenced by variations in audience demographics, communication formats, and content preferences (text, images, video, etc.). Furthermore, content-related specifics, such as communication style, volume, and frequency, are variable. Design considerations, including typographic nuances, color schemes, and illustrations, also differ across platforms. Human-computer interaction assumes a pivotal

role in digital platforms. The unification of these characteristics across print and digital platforms gives rise to the model of a transmedia product – a contemporary publishing format.

Keywords: press modeling, media design, media projects, book publishing

Acknowledgments: The reported study was funded by the Russian Science Foundation, project number 22-78-10126, <https://rscf.ru/project/22-78-10126/>

For citation: Vershinin, V. A. (2023) Designing the transmedia model for a publishing project. The case of republishing the creative legacy of pre-revolutionary Siberian writers. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 14. pp. 113–128. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/14/7

Введение

Современные информационные технологии меняют привычки потребления контента и способы его производства, они уже кардинально изменили ландшафт периодики, где ситуация была также усилена влиянием пандемии коронавируса. Так, отраслевой доклад по российской периодической печати сообщает, что в 2020 г. «даже у самых успешных федеральных изданий печатные тиражи и их розничные продажи сократились на 30–60 % в зависимости от региона страны» [1. С. 9]. Этот доклад также прогнозирует сокращение количества сотрудников редакций печатных СМИ России к 2023 г. в 1,7 раза, до 157 тыс. человек [1. С. 15]. При этом книжный бизнес восстанавливается достаточно быстро после пандемии: по данным Российской книжной палаты, в 2022 г. в РФ издали более 392 млн экземпляров книг, что уже больше показателей двух предыдущих лет [2].

На фоне изменения на рынке печатных изданий новые технологии создают возможности для самостоятельной издательской деятельности или работы небольшими издательскими командами. «Рынок самиздат-литературы в России в 2022 году вырос на 20 %, до 3,2 млрд руб.», – рассказал газете «Коммерсантъ» генеральный директор сервиса «Литнет» Борис Макаренко [3]. Этому способствует развитие и других издательских сервисов, таких как «Литрес: Самиздат» и *Ridero*. Сегодня этот «рынок достиг 20 % от всего объема потребления книг за счет как платной, так и бесплатной литературы» [3]. Это в том числе говорит о том, как изменение формата потребления контента меняет структуру издательского рынка, усиливая активность читателя в современном мире.

Сегодня независимые авторы могут гораздо легче довести свои произведения до публикации, а также использовать цифровой маркетинг для привлечения внимания к своему проекту. Л. В. Зимина описывает феномен селф-паблишинга – «появление множества авторских и издательских платформ самопубликаций с дружественным интерфейсом для производства упакованного контента» [4. С. 135]. Э. А. Зоидзе, описывая способы продвижения книг в издательском интернет-дискурсе, пишет: «Вербально-визуальное единство информации на сайтах издательств и книжных магазинов, их гипертекстуальность и интерактивность позволяют существенно расширить и разнообразить каналы общения с конечным адресатом» [5. С. 3]. Навыки цифрового сторителлинга становятся – все более востребованными, а конструкторы сайтов все более доступными и простыми в освоении. И вузы активно подключаются к развитию таких компетенций: например, в Высшей школе экономики недавно появился курс «Веб-паблишинг» [6], в других университетах на кафедрах, связанных с журналистикой, медиакоммуникациями и издательским делом, растет количество подобных учебных предметов.

В складывающихся условиях для создания издательских продуктов и их комплексного медийного продвижения особенно важным становится системный подход, а также универсальные и эффективные проектные методики, активно используемые в моделировании прессы и медиапроектировании.

Методы моделирования и медиапроектирования в книжных проектах

Факультет журналистики Национального исследовательского Томского государственного университета имеет многолетнюю практику издательской подготовки книжных проектов, и основным фреймворком этого процесса стал метод функционально-матричного подхода к комплексному моделированию изданий. Этот метод продолжает развиваться и адаптироваться к разным аспектам современного медиапроектирования, в том числе к созданию и продвижению книжных проектов: для повышения эффективности производства, для сохранения консистентности дизайна продукта в его различных медиаовоплощениях и качественного вовлечения его возможной аудитории.

Системный подход находит отражение во многих популярных методах проектирования IT-решений, дизайна интерфейсов, разработки продуктов. Данные методы носят разное название: дизайн-цикл, дизайн-мышление и т.п. Обобщая опыт использования этих методов создания медиапроектов, автором была представлена схема процесса медиапроектирования, в которой отражены значимые этапы, место эксперимента в процессе комплексного моделирования медиапроекта и итеративность процесса моделирования: от сбора данных – к созданию модели и ее корректировке, а при необходимости – к возврату к сбору данных и анализу (рис. 1).



Рис. 1. Взаимосвязь комплексного моделирования и медиапроизводства в рамках процесса медиапроектирования и интеративные связи внутри них

Если более детально рассматривать функционально-матричный подход к комплексному моделированию изданий, то следует отметить, что он представляет собой матричную модуль-таблицу, где в качестве строк представлены: типологический статус, тематический, жанровый, композиционный и графический уровни модели, а в качестве столбцов – этапы проектирования: фиксация проблемы, декомпозиция комплекса проблем, построение модели, экспериментальное исследование системы, реализация модели [7. С. 132]. Гибкость этой системы обеспечивается именно ее матричным характером, позволяющим точно определять границы выполняемых задач: от точечных корректировок до комплексной разработки.

Сегодня книжные проекты перестают быть только книжными, они становятся более комплексными медиапродуктами: у таких проектов появляются обособленные веб-сайты (лендинги), аккаунты в социальных сетях, офлайн-мероприятия, умножаются каналы распространения. И это актуально не только для бестселлеров. Изданиям с

небольшим тиражом особенно важно найти контакт с аудиторией наиболее эффективным способом для реализации и увеличения тиража, особенно если речь идет о региональных книжных продуктах.

Данные комплексные медиапродукты обретают черты трансмедийности, т.е. их значимые компоненты начинают существовать в разных медиумах. Такая характеристика становится все более актуальной в профильной научной литературе. Так, например, Л. О. Алгави дает следующее определение: «...трансмедийное повествование – это процесс создания открытых нарративных систем (единого и тщательно спланированного опыта развлечения), состоящих из бесконечного ряда относительно самостоятельных фрагментов, объединенных одной “Вселенной” или персонажем. Эти относительно самостоятельные фрагменты создаются и распространяются с помощью нескольких (в идеале – чем больше, тем лучше) информационно-коммуникационных технологий (медиа), а также и средств, не относящихся к ИКТ» [8. С. 25]. Исследователь Е. Д. Маленова дает определение трансмедийному проекту. По ее словам, «это некий продукт художественного творчества (кинофильм, сериал, книга, графический роман и т.п.), реализуемый одновременно на нескольких медиаплатформах» [9. С. 144]. Так, веб-сайт книжного проекта перестает быть просто визитной карточкой с информацией о бумажном издательском продукте, а становится важным компонентом общей медиасистемы со своими содержательными и дизайнерскими особенностями. Социальные сети развивают проект, привлекая внимание к книжному продукту, его сайту и другим содержательным компонентам: экскурсиям, экспозициям в музеях, открытым лекциям. Все эти элементы становятся частью единого трансмедийного сторителлинга, а сохранить единообразие внутри проекта помогает его модель.

Развитие технологий и новых каналов информации неизбежно диктует появление новых аспектов модели издания, которые не рассматривались ранее так детально, поскольку на протяжении десятилетий считались второстепенными по отношению к бумажному изданию – это мультимедийная составляющая модели, включающей разные типы медиаконтента, и особенности ее интерфейса, человеко-компьютерного взаимодействия (HCI). Так, блок-схема, разработанная Ю. Н. Мясниковым, была дополнена автором статьи, включившим в схему новые уровни модели и апробировавшим эту схему в ряде экспериментов по запуску цифровых изданий (рис. 2) [10. С. 179].



Рис. 2. Модификация матричного модуля комплексного моделирования и проектирования с включением в него мультимедийного уровня M6

Проект переиздания литературного наследия сибирских писателей

Примером, который позволил апробировать модифицированный подход к моделированию трансмедийного продукта, стал проект по изучению и переизданию литературного наследия томских писателей В. В. Курицына и Ф. В. Волховского. Согласно замыслу, этот проект помогает по-новому взглянуть на литературный процесс Сибири, лучше понять читательские интересы сибиряков, погрузиться в атмосферу книг, газет и журналов конца XIX – начала XX в., где они публиковались, осознать ценность и значимость исторического наследия дореволюционных писателей Сибири. Проект стал логичным продолжением переиздания романов В. В. Курицына в 2020 г., в рамках которого «наследие регионального автора было репрезентировано для разных

аудиторий: профессиональной научной (статьи, доклады, выступления, защита диссертации), широкой (переиздание, экскурсии, экспозиция в музее, открытые лекции, социальные сети)», – пишет руководитель проекта М. В. Могилатова [11. С. 155]. Она также указывает, что «одновременная реализация форматов (указанных выше. – *Прим. авт.*) способствует смещению и взаимодействию аудиторий, порождению новых смыслов» [11. С. 155]. Результаты реализации проекта подтверждают, что читатели интересуются произведениями региональных авторов, а не только общеизвестными авторами.

Перед командой нового проекта по изучению и переизданию литературного наследия томских писателей В. В. Курицына и Ф. В. Волховского, с одной стороны, стоит задача издания сборника литературных произведений этих авторов, а с другой – разработка электронного ресурса, где будут представлены произведения, снабженные привычными инструментами интернет-среды, такими как интерактивное содержание, поиск по тексту, гиперссылки, ключевые слова и т.п. Кроме того, на цифровом ресурсе будут представлены обобщенные результаты исследования в формате мультимедийного сторителлинга.

Таким образом, формируется целый комплекс задач по медиапроектированию, требующий обращения к самым разным областям знаний: от книжного дизайна, проектирования цифровых интерфейсов, менеджмента и даже цифрового медиамаркетинга, необходимого для продвижения как будущего интернет-ресурса, так и бумажной версии сборника. В качестве наиболее подходящего для организации процесса производства данного проекта видится метод комплексного моделирования и, в частности, функционально-матричный подход, разработанный Ю. Н. Мясниковым [12]. Данный метод уже доказал свою эффективность и гибкость в множестве медиапроектов: от разработки региональных и корпоративных печатных изданий до проектирования цифровых журналов и мультимедийных проектов [10].

Специфика разработки комплексной модели проекта переиздания литературных произведений

1. Особенности типологического статуса и содержательной модели. Создание представленного проекта невозможно без учета специфики его типологического статуса, который включает в себя определение характера продукта, целей его заказчика и характера аудитории,

что влияет на каждый элемент модели. Так, например, аудитория может отличаться по возрасту, формату общения, предпочтениям по типам контента (текст, изображения, видео и т.п.). В данном случае часть содержания проекта ориентирована на широкий круг читателей, интересующихся локальной литературой, историей региона, – это городская интеллигенция как непосредственно в городе Томске, так и в других сибирских городах. Кроме того, это и ценители такой литературы в других городах РФ, для которых наиболее предпочтительным будет онлайн-доступ к результатам проекта. Другая часть проекта – научно-исследовательская, что неизбежно отразится как на структуре, так и на определенных функциональных элементах, по крайней мере, в цифровой версии. Научные публикации будут продублированы на сайте проекта, а мультимедийный компонент, который нацелен на погружение читателей в контекст проекта, должен сопровождаться всеми необходимыми ссылками на источники и методологию, чтобы помочь заинтересованным исследователям в работе с материалом.

Для уточнения типологического статуса проведен анализ более 15 проектов, которые, разумеется, не повторяют концепцию разрабатываемого проекта, но имеют некоторые схожие черты. Тип проекта по переизданию творческого наследия дореволюционных писателей Сибири еще потребует уточнений по мере работы над его содержательной частью и в рамках экспериментальной апробации модели.

2. Особенности разработки графической составляющей модели. Одной из важнейших задач на пути определения решений на оформительских уровнях модели разрабатываемого издательского проекта является анализ визуального стиля в оригинальных публикациях на страницах томских изданий. Исторические отсылки на визуальном уровне проекта стали ключевым элементом дизайна. Был произведен поиск стилевых констант, характерных для печатных изданий дореволюционной России (и в целом данного исторического периода), что также понадобилось для определения формата печатного издания, параметров полей и зеркала набора, особенностей типографического стиля печатной и цифровой версии проекта, иллюстраций и всего многообразия элементов, формирующих графическую концепцию проекта.

Например, в рамках этого исследования были изучены шрифты, используемые для публикаций В. В. Курицына и Ф. В. Волховского в изданиях «Сибирский наблюдатель» и «Сибирский вестник» за 1904 г., а также издание «Образцы шрифтов типолитографии Сибирского

товарищества Печатного Дела в Томске» – для идентификации использованных в оригинальных публикациях шрифтов. Однако, поскольку целью дизайна проекта является создание современного удобочитаемого продукта, стиль которого лишь отсылает к эпохе оригинальных публикаций, автор дизайна использовал только один полностью аутентичный акцидентный шрифт «Вашингтон», которым в проектируемом издании набраны названия разделов книг. Также на основе оригинальных макетов была воссоздана виньетка для оформления разделения между текстами в книге (рис. 3).

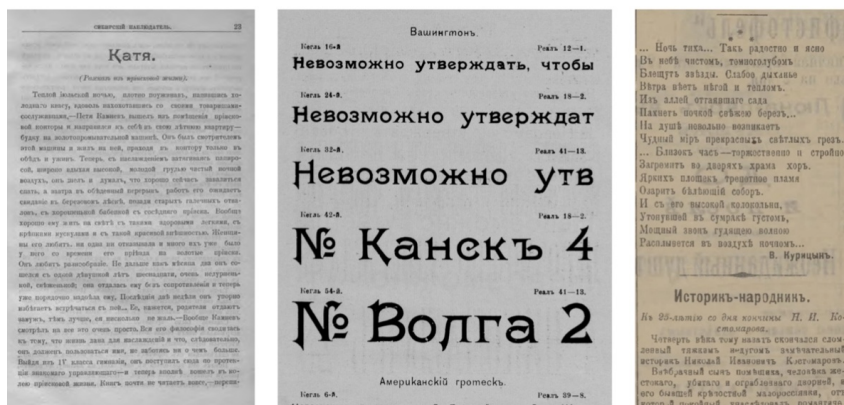


Рис. 3. Основа типографической модели проекта: 1) шрифт «Вашингтон» в заголовке; 2) страница из каталога шрифтов Томской типографии; 3) шрифты-гротески и виньетка-разделитель

Для заголовков в новом макете использовался стилизованный шрифт *Liberteen*, в основе которого – брусковые шрифты XIX в., такие как «Кларендон». Сами авторы этого шрифта подчеркивают, что он «подходит для всех случаев, когда нужна отсылка к “шрифтовому буму” XIX века одновременно с современным характером макета» [13]. Для стиля основного набора текста использовался современный универсальный шрифт *Trola*, созданный в 2017 г., а для стиля сносок и вспомогательных текстов – шрифт *Graphik*, современная вариация европейских гротесков.

Перечисленные шрифты и воссозданная виньетка создали типографическую основу графического уровня комплексной модели всего

проекта (рис. 4). В первую очередь она нашла отражение в макете печатного издания (рис. 5), а затем стала экстраполироваться на другие элементы трансмедийного проекта.



Рис. 4. Типографическая основа графического уровня комплексной модели проекта

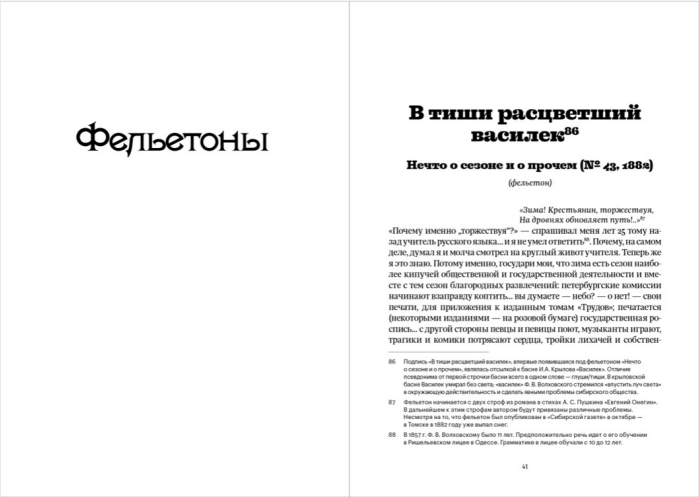


Рис. 5. Реализация типографической системы в основе дизайн-системы проекта – печатном макете первого тома книжного издания

На данном этапе это проект веб-сайта и макеты для социальных сетей. Типографическая основа модели вместе с графическими

элементами, цветовой палитрой, пробельной политикой, стилевыми решениями в подготовке рисованных иллюстраций и обработке фотографий формирует дизайн-систему проекта, которая будет продолжаться масштабироваться для новых медиаэлементов, например афиш мероприятий (рис. 6).



Рис. 6. Реализация дизайн-системы в макетах основных медийных платформ проекта

Эта система разработана на основе учета типологического статуса медиапроекта, анализа оригинальных изданий и шрифтового арсенала типографии, где они издавались, а также с учетом требований совместимости с современными веб-технологиями для реализации цифровой составляющей проекта.

3. Особенности трансмедийного взаимодействия компонентов модели проекта. Интригующим вызовом в рамках данного проекта видится сам симбиоз печатного и цифрового продуктов, их взаимодополняющие роли. Сегодня для печатных изданий, особенно такого специфического типа, критически важно цифровое сопровождение. Это не только возможность онлайн-доступа к изданию, минуя бумажную версию, когда потенциальный читатель находится, например, в другом городе или стране, но и важный компонент коммуникации всего проекта с аудиторией для продвижения продукта с использованием как социальных сетей, так и веб-страницы (лендинга). На этих платформах, кроме результатов исследования, дополнительной информации о писателях, историческом и географическом контексте, будет представлена информации о возможностях покупки печатной версии, загрузки

электронной и даже в перспективе – использование модели *print on demand* (печать по требованию), когда основной тираж будет исчерпан (возможность допечатки бумажной версии при заказе сборника на сайте). Такую технологию, в частности, упоминает Л. В. Зиминая [4], анализируя платформы для селф-паблишинга. Согласованное использование компонентов трансмедийной модели проекта переиздания литературных произведений В. В. Курицына и Ф. В. Волховского нацелено на привлечение и поддержание интереса к проекту, реализацию тиража и его последующее постепенное увеличение (рис. 7).

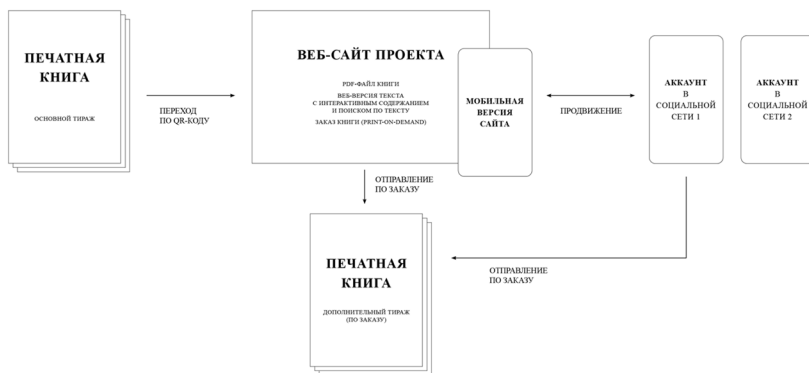


Рис. 7. Взаимодействие компонентов модели проекта по переизданию литературного наследия сибирских писателей

Заключение

Разработанная издательская модель учитывает типологические предпосылки, особенности содержательных, оформительских и интерактивных уровней, а также взаимодействие компонентов проекта на различных медиаплатформах. Это позволит не только эффективно завершить проект переиздания литературных произведений сибирских авторов, но и использовать данный опыт для дальнейшей разработки трансмедийных комплексных моделей книжных медиа и развития метода комплексного моделирования в контексте современных медиатрендов.

Список источников

1. Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В. В. Григорьева. М., 2021.
2. Выпуск книг и брошюр в РФ по годам // Российская государственная библиотека. 2023. 28 нояб. URL: https://www.rsl.ru/photo/!_ORS/7-RKP/3statistics/knigibroshyury/0.2.pdf
3. Самиздат перевернул страницу // Коммерсантъ. 2023. 28 нояб. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5842369>
4. *Зими́на Л. В.* Self-publishing: авторские и издательские интернет-платформы самопубликаций // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 135–142.
5. *Зои́дзе Э. А.* Продвижение книги в издательском интернет-дискурсе // Филология: научные исследования. 2022. № 1. С. 1–16.
6. Веб-паблишинг // Высшая школа экономики. 2023. 28 нояб. URL: <https://www.hse.ru/edu/courses/492551357>
7. *Мясников Ю. Н.* Блок-схема контрактного моделирования и проектирования газет и журналов как инструмент определения содержания проекта и возможностей его разработки // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2011. № 2 (14). С. 131–144.
8. *Алгави Л. О.* Феномен трансмедиа // Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации / под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2020. С. 14–54.
9. *Маленова Е. Д.* Инструменты интертекстуальности в трансмедийном проекте и проблемы перевода (на материале британского сериала «Шерлок») // Коммуникативные исследования. 2018. № 1(15). С. 142–164.
10. *Вершинин В. А.* Метод эксперимента в проектировании печатных и цифровых изданий : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2018.
11. *Могилатова М. В.* Репрезентация литературного наследия сибирского писателя В. Курицына // Медиа в современном мире : 62-е Петербургские чтения : материалы Междунар. науч. форума, 28 июня – 1 июля 2023 г. : в 2 т. Т. 1. СПб. : Медиапапир, 2023. С. 154–155.
12. *Мясников И. Ю., Мясников Ю. Н.* Матричное комплексное проектирование газет и журналов как специализированная методика управления проектами // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013. № 3 (23). С. 107–115.
13. Liberteen // Паратайп. 2023. 28 нояб. URL: <https://www.paratype.ru/fonts/pt/liberteen?tab=description>

References

1. Grigor'ev, V.V. (ed.) (2021) *Rossiyskaya periodicheskaya pechat': sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya. Otrazlevoy doklad* [Russian periodicals: state, trends and development prospects. Industry report]. Moscow: [s.n.].
2. Russian State Library. (2023) *Vypusk knig i broshyur v RF po godam* [Publication of books and brochures in the Russian Federation by year]. 28 November. [Online] Available from: https://www.rsl.ru/photo/!_ORS/7-RKP/3statistics/knigi-broshyury/0.2.pdf
3. *Kommersant*". (2023) Samizdat perevernul stranitsu [Samizdat turned the page]. 28 noyab. [Online] Available from: <https://www.kommersant.ru/doc/5842369>
4. Zimina, L.V. (2017) Self-publishing: avtorskie i izdatel'skie internet-platformy samopublikatsiy [Self-publishing: authorial and publishing Internet platforms for self-publishing]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 3 (25). pp. 135–142.
5. Zoidze, E.A. (2022) Prodvizhenie knigi v izdatel'skom internet-diskurse [Book promotion in publishing Internet discourse]. *Filologiya: nauchnye issledovaniya*. 1. pp. 1–16.
6. Higher School of Economics. (2023) *Veb-pabliishing* [Web publishing]. 28 November. [Online] Available from: <https://www.hse.ru/edu/courses/492551357>
7. Myasnikov, Yu.N. (2011) Flowchart of contract modeling and design of newspapers and magazines as a tool for determining the content of the project and the possibilities of its development. *Vestn. Tom. gos. un-ta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 2 (14). pp. 131–144. (In Russian).
8. Algavi, L.O. (2020) Fenomen transmedia [Transmedia phenomenon]. In: Shesterkina, L.P. & Lobodenko, L.K. (eds) *Mediakommunikatsii i internet-marketing v usloviyakh tsifrovoy tsivilizatsii: monografiya* [Media communications and Internet marketing in the context of digital civilization: monograph]. Chelyabinsk: SUSU. pp. 14–54.
9. Malenova, E.D. (2018) Instrumenty intertekstual'nosti v transmediynom proekte i problemy perevoda (na materiale britanskogo seriala "Sherlok") [Tools of intertextuality in a transmedia project and problems of translation (based on the material of the British TV series Sherlock)]. *Kommunikativnye issledovaniya*. 1 (15). pp. 142–164.
10. Vershinin, V.A. (2018) *Metod eksperimenta v proektirovanii pechatnykh i tsifrovyykh izdaniy* [Experimental method in the design of printed and digital publications]. Philology Cand. Diss. Voronezh.
11. Mogilatova, M.V. (2023) [Representation of the literary heritage of the Siberian writer V. Kuritsyn]. *Media v sovremennom mire: 62-e Peterburgskie chteniya* [Media in the modern world: 62nd St. Petersburg Readings]. Proceedings of the International Forum. 28 June – 1 July 2023. In 2 volumes. Vol. 1. St. Petersburg: Mediapapir. pp. 154–155. (In Russian).
12. Myasnikov, I.Yu. & Myasnikov, Yu.N. (2013) Matrix integrated design of newspapers and magazines as a specialized project management technique. *Vestn. Tom. gos. un-ta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 3 (23). pp. 107–115. (In Russian).

13. Paratype. (2023) *Liberteen*. 28 November. [Online] Available from: <https://www.paratype.ru/fonts/pt/liberteen?tab=description>

Информация об авторе:

Вершинин В. А. — канд. филол. наук, доцент кафедры новых медиа, фотожурналистики и медиадизайна Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: virshinin@gmail.com

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

V. A. Vershinin, Cand. Sci. (Philology), associate professor, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: virshinin@gmail.com

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 30.11.2023;
одобрена после рецензирования 08.12.2023; принята к публикации 21.12.2023.*

*The article was submitted 30.11.2023;
approved after reviewing 08.12.2023; accepted for publication 21.12.2023.*