

ЖУРНАЛИСТИКА

Научная статья

УДК 008

doi: 10.17223/19986645/75/18

Сайты Lenta.ru и Gazeta.ru в 1999–2019 гг.: трансформация представлений об удобном, красивом, приемлемом

Виктория Евгеньевна Беленко¹,
Анастасия Александровна Федотова²

^{1, 2} *Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Россия*

¹ *viktoria_belenko@mail.ru*

² *f0.618@yandex.ru*

Аннотация. На материалах архивных снимков российского интернета анализируется трансформация сайтов одних из самых популярных интернет-СМИ Рунета, Lenta.ru и Gazeta.ru со времен их создания в конце 1990-х гг. и до 2019 г. В работе прослеживается, как с течением времени менялись структура, функциональность и дизайн сайтов, в какой момент времени происходили те или иные принципиальные изменения, каким редиэйнам и когда подвергались эти СМИ и с чем это могло быть связано.

Ключевые слова: снимок, веб-дизайн, интернет-СМИ, редиэй, юзабилити, история интернета, визуальный контент, графическая модель сайта

Для цитирования: Беленко В.Е., Федотова А.А. Сайты Lenta.ru и Gazeta.ru в 1999–2019 гг.: трансформация представлений об удобном, красивом, приемлемом // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2022. № 75. С. 345–365. doi: 10.17223/19986645/75/18

Original article

doi: 10.17223/19986645/75/18

The websites of the internet-media Lenta.ru and Gazeta.ru in 1999–2019: Transformation of ideas about the appropriate, the beautiful, and the proper

Viktoria E. Belenko¹, Anastasia A. Fedotova²

^{1, 2} *Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation*

¹ *viktoria_belenko@mail.ru*

² *f0.618@yandex.ru*

Abstract. The article analyzes the transformation of the websites of the two most popular Internet media in Russian, Lenta.ru and Gazeta.ru, from their creation in the

late 1990s to 2019. It is based on the materials of archival snapshots of the Russian Internet. Snapshots are the archived copies saved on the Way Back Machine Internet archive server, a non-profit organization that creates a digital library. This copy includes all open and whole files, which allows researchers to view not only the appearance, but also the functionality of the site, as well as its program code. In total, the Internet archive server contains 17,133 Lenta.ru's snapshots (starting from November 27, 1999, to March 17, 2019) and 22,998 Gazeta.ru's snapshots (starting from December 3, 1998, to April 5, 2019). For this work, we considered at least one snapshot of each week of each month in the year. Fixing changes in the graphic models of the studied media allowed noting the structural, functional, and content (at the level of headings) transformations of the sites, identifying general trends in change and features of each of the analyzed Internet media. The results of the analysis show when these online media were redesigned, when they gradually changed certain visual components. The paper traces the main changes in the headings, the rejection of "paper-centric" designations of the main headings (such as "Today in the Issue"), the transition from HTML to HTML-5, the connection of the corresponding CSS libraries, the integration of elements using the JavaScript programming language into the page markup. The article also outlines the main stages and years of changes in graphic models (first for the screens of devices with different aspect ratios, then with adaptation to the screens of different devices), changes in the site models themselves: basic blocks, centering, color solutions. Special attention is paid to the opportunities for feedback that are gradually introduced into the sites, including those based on social networks. Special attention is paid to the "multimedia" turn in the visual content of websites (and later mobile applications), the gradual increase in the number of photos and videos, the adaptation of the model and layout of the sites to these new content presentation formats, the appearance of online broadcasts. In general, the presented analysis allows us to trace how the largest Internet media in Russia formed their ideas about what is acceptable and functional. Content forms do not change as a result of the creative request of producers or the audience. Technological aspects are usually the most serious reason for change: all content changes are the result of the bandwidth of communication channels, programmers, and the gadgets used for media consumption. We can assume that, in the near future, changes in the visual appearance of sites will be connected with their personalization due to the more active development of applications and neural networks. Since other editorial offices focus on the best of federal media and look for what is good for them, the article shows how, in principle, the standards of web design of mass media have changed in Russia, how ideas about the appropriate, the proper, the usable, and the beautiful in the Internet media have transformed over time.

Keywords: snapshot, web design, Internet media, redesign, usability, Internet history, visual content, graphic model of site

For citation: Belenko, V.E. & Fedotova, A.A. (2022) The websites of the internet-media Lenta.ru and Gazeta.ru in 1999–2019: Transformation of ideas about the appropriate, the beautiful, and the proper. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 75. pp. 345–365. (In Russian). doi: 10.17223/19986645/75/18

В последние годы растёт количество научных исследований, посвящённых содержательным аспектам функционирования интернет-СМИ, смене производственных практик в медиа под влиянием глобальной цифровизации, появлению новых форматов представления журналистских материа-

лов. Однако существуют две серьезные лакуны, которые стремится восполнить представленное в этой статье исследование.

Первая лакуна связана с трудностями диахронного изучения интернет-СМИ, так называемой «историей» или даже «археологией» Интернета (см., например, [1, 2]). Несмотря на существующие технологические возможности работы медиаисследований в этом направлении, на данный момент достаточно мало кто в России занимается анализом таких архивных материалов.

Вторая лакуна обусловлена тем, что в России сравнительно немного исследований, посвященных визуальным аспектам медиапроизводства, структурным и графическим моделям интернет-изданий, юзабилити сайтов. Возможно, это связано со сложностями самих методик анализа визуального. Таким образом, рассмотрение структурных и визуальных трансформаций веб-сайтов в диахронном аспекте – сравнительно новый подход к пониманию того, какими средствами можно изучать интернет-СМИ.

В представленной статье описывается, как трансформировались с течением времени графическая модель, визуальные особенности и особенности юзабилити-интерфейса таких известных интернет-СМИ, как Gazeta.ru и Lenta.ru.

Данные издания выбраны не случайно. Во-первых, это одни из первых интернет-СМИ России. Во-вторых, их огромные аудитории и стабильное присутствие в рейтингах цитируемости говорят о том, что они являются одними из лучших и наиболее популярных СМИ нашей страны. В начале 2000-х на них начал работать «эффект первопроходца» [3], и со временем они стали бенчмарками [4] для других веб-СМИ, формирующими представления о том, что приемлемо и правильно, красиво и функционально для сайтов медиа. Проще говоря, на них ориентируются, а то, что они внедряют на своих веб-площадках, становится своего рода стандартом. То есть, рассматривая трансформацию их сайтов, мы изучаем смену представлений о правильном, удобном и красивом при организации интернет-СМИ.

Степень изученности и методика исследования

Работ, описывающих структурные и графические модели сайтов СМИ, сравнительно немного. Упомянем те, которые оказали наибольшее влияние на формирование подходов к методике анализа интересующих нас сайтов. Прежде всего, это учебное пособие «Веб-дизайн и оформление электронных СМИ» А.В. Якунина [5]. В пособии показано, как правильно размещать на сайте различные композиционные элементы, как различные графические средства помогают управлять вниманием. В статье М.И. Корзина, О.А. Костюченко, В.А. Лысенко [6] приводятся основные признаки правильно оформленного с эстетической точки зрения веб-ресурса, а в статье Л.В. Кошель [7] проводится анализ символики цвета в дизайне интернет-сайтов. Варианты стилей веб-дизайна представлены в работах Т.Ю. Китаевской [8] и Е.С. Ляшенко [9]. Что касается вопросов юзабилити,

то при анализе сайтов Gazeta.ru и Lenta.ru мы опирались на статью Д.С. Кушевой [10], в которой описываются основные принципы UI, и на статью А.А. Лайковой [11], в которой приводятся способы оценки и улучшения юзабилити интернет-сайта. Отдельно стоит отметить статью А.В. Якунина и С.С. Бодруновой, в которой описываются тенденции современного дизайна в проектировании интернет-СМИ [12].

Подробнее надо остановиться на методике и эмпирической базе исследования, результаты которого представлены в этой статье. В этом качестве использовались снапшоты Lenta.ru и Gazeta.ru. Снапшоты – это снимки архивных копий на сервере интернет-архивов «Way Back Machine» – некоммерческой организации, которая создает цифровую библиотеку. Архив собирается с 1996 г. [13]. Снапшот – сохраненные копии файлов и каталогов на определенный момент [14]. В эту копию включены все открытые и цельные файлы, что позволяет просматривать не только внешний вид, но и функционал сайта, а также его код. По мере развития объема запоминающего устройства архива и мощности используемых сервисом процессоров увеличивалось и количество сохраняемого материала. Это объясняет разное количество имеющихся снапшотов, например за 1999 и 2008 гг. Из данных сайта веб-архивов, видно, что отчет архива Lenta.ru начинается с 1999 г., а копий Lenta.ru, Gazeta.ru – с 1998 г. Всего на сайте интернет-архивов содержится 17 133 (начиная с 27 ноября 1999 г. по 17 марта 2019 г.), в то время как копий издания Gazeta.ru – 22 998 (начиная с 3 декабря 1998 г. по 5 апреля 2019 г.). Для данной работы было рассмотрено минимум по снапшоту каждой недели каждого месяца в году.

Что касается методики, то мы фиксировали все изменения в графических моделях изучаемых СМИ, а также отмечали структурные, функциональные, содержательные (на уровне рубрик) трансформации их сайтов, отмечали общие тенденции в изменении и особенности каждого из проанализированных интернет-СМИ.

Сайты Lenta.ru и Gazeta.ru в начале своего существования

Напомним, что в период с 1993 по 1995 г. появляются первые публичные интернет-страницы. Ими были различные электронные библиотеки и веб-обозрения [15. С. 21], телеконференции (нюусы), из которых можно было узнать политические новости. Параллельно существовали интернет-рассылки журналов и газет (например, «Известия» стали распространять электронную версию печатной газеты в 1992 г.) [16]. В течение короткого промежутка времени многие СМИ начинают уделять внимание интернет-представительству своего издания. Чтобы издание появилось в Сети, назначался человек, который брал текущую версию газеты, с помощью визуального редактора переводил его в HTML и выкладывал на сайт [17. С. 51]. И если «традиционным» изданиям было трудно отойти от осмысления своего сайта как «версии» того, что создавалось для распространения и потребления офлайн, то интернет-СМИ, которые изначально создавались

для функционирования в этой новой среде, становились законодателями стиля и проводниками новых технологий.

В первые годы существования сайтов Lenta.ru и Gazeta.ru каждый их раздел открывался в новой вкладке браузера. Написаны сайты были только на языке разметки страницы (HTML), были адаптированы под 14-дюймовый экран с разрешением 640x480 пикселей. В это время нет внутритекстовых заголовков, текстовых врезок, выделения (цветом или курсивом) цитат или какой-то важной информации. Принципы контрастирования и балансировки [18. С. 15–37] почти не реализуются редакциями.

Структура Lenta.ru того времени: в «шапке» сайта – информация о рубриках («В России», «В мире», «Чечня», «Интернет», «Экономика», «О сервере», «Английская версия», а также календарь за текущий месяц), название издания, в «теле» – рубрики.

Визуально материалы строились по формуле: фото плюс заголовок с лид-абзацем. «Основа» сайта содержала гиф-рекламу и контактную информацию: имя дизайнера / дизайн-студии, создавшей сайт, электронную почту редакции.

В оформлении главной страницы Lenta.ru использовались три цвета: подложка (сам фон) был светлым серо-желтым, названия рубрик давались на красной подложке, а заголовки были синего цвета с гиперссылочным подчеркиванием. Материалы были монолитными: главные новости представляли собой новостные заметки в один абзац, которому предшествовали дата и время публикации в квадратных скобках.



Рис. 1. Lenta.ru в 1999 г.: графическая модель и пример сайта

Несмотря на отсутствие форм обратной связи, была доступна подписка на оперативную рассылку «главных новостей» на пейджеры (она исчезает из рубрики «О сервисе» в 2002 г.)

При сравнении визуального контента сайтов двух анализируемых СМИ видно, что соотношение фото: тексты у Lenta.ru примерно 1 : 4, в то время

как у Gazeta.ru 2 : 3. К тому же фотографии Gazeta.ru были по размеру больше фотографий с сайта Lenta.ru.

Gazeta.ru содержит некоторую попытку обратной связи с аудиторией: «опрос» и «чат». Сейчас невозможно отследить, как они функционировали в то время, мы можем видеть только, как они выглядели. Так, если 27 ноября 1999 г. зайти в рубрику «Политика», то справа над горячими новостями виден опрос «Кто такой Доренко?».

Что касается структуры сайта, то здесь читателям предлагали не одну актуальную тему, а три. В теле сайта по центру располагаются лид-абзацы основных новостей с прикрепленными к ним фотографиями и гиперссылками «подробнее». И уже ниже идут рубрики: «Политика», «Бизнес / финансы», «Спорт», «Архив».



Рис. 2. Gazeta.ru в 1999 г.: графическая модель и пример сайта

Оформление этого интернет-СМИ полностью черно-белое, напоминающее черно-белую газету. Однако у рубрик и текста уже разный стиль шрифтов, что облегчает навигацию.

Рассмотрев, как выглядели сайты самых известных интернет-СМИ России сразу после своего возникновения, посмотрим, как они менялись со временем, как внедряли новые возможности, устанавливали новые стандарты юзабилити и дизайна.

С 2000 по 2004 г. Lenta.ru меняет рубрикатор. Появляются разделы культуры, спорта, медицины и автомобилей, далее появляется рубрика «Медиамоcт» с переходом на другую страницу сайта, позиционирующего себя как приложение Lenta.ru совместно с «MEDMEDIA», также появляется рубрика «Прогресс», рассказывающая о технологических новинках. Видно, что, хотя редакция и продолжает следить за политическими новостями, но ее начинает интересовать более широкий спектр тем, чем в первые годы. А по появлению и исчезновению «региональных» рубрик можно судить о том, какие регионы страны и мира привлекали внимание журналистов (рубрики «Ирак», «Кавказ», «Чечня», «Ближний Восток»).

Первые серьезные изменения

Но серьезные изменения Lenta.ru претерпевает только в 2004 г., что связано с приходом Галины Тимченко как главного редактора [19. С. 12–14]. В 2004 г. в рубрике «О сервисе» в связи с изменением дизайна появляется обращение редакции к читателям. В нем говорится: «Пять лет наш сайт существовал практически без изменений <...> В ближайшие годы мы ожидаем дальнейшего роста численности аудитории Сети, равно как и читательских запросов. В наших планах – новые проекты, новые сервисы, новые форматы подачи информации. Все это также требует изменений дизайна»¹.

Снапшот за 13 сентября показывает, что сайт приобретает новый внешний вид. Прежде всего, меняется формат веб-страницы: ее адаптируют под новый размер мониторов (17-дюймов, соотношения сторон 16 : 9 и разрешение 1 024×768 пикселей), т.е. она становится ощутимо шире. Появляются ссылки по схожей теме после прочтения материала, тематический интерактив («голосование»). Все ссылки начинают открываться в одном окне, это уменьшает время ожидания загрузки страницы.

Именно после 2004 г. Lenta.ru перестает описывать свою работу в газетных и телевизионных терминах. Подписи «Сегодня в газете» / «Сегодня в выпуске» уходят с главной страницы сайта. После редизайна сайта, расширения формата редакция отказалась от обычного линейного прочтения страницы сверху вниз. Рубрики и основные новости начинают группироваться так, что их можно прочесть любым способом: сверху вниз, снизу вверх, слева направо и справа налево. Горизонтальное прочтение структуры тела сайта позволяет легко сориентироваться по тематикам: тема – главные новости по этой теме – комментарии / фотогалерея / сюжет по данной теме. Редакция Lenta.ru собирает всю собранную информацию по теме не в отдельные блоки, а в серии взаимосвязанных текстов.

В теле сайта появляется окно для подписки, возникает возможность поиска по материалам сайта, оно начинает делиться на три части. И теперь на первой странице можно увидеть в три раза больше новостей, появляются ссылки «Реклама», «О сервисе».

Текст начинает делиться на абзацы, внутри текста появляются гиперссылки, а после материала – «ссылки по теме» с возможностью перехода на другой материал сайта. Так удобнее просматривать материалы, а пользователь может мгновенно сориентироваться в интересующем его разделе за счет предлагаемых изданием ссылок на перекрёстные публикации. В оформлении сайта стало больше «воздуха».

В сентябре 2006 г. изданию Lenta.ru исполнилось семь лет. В честь этого в рубрике «О сервисе» появилось специальное письмо редакции, в котором говорилось о выпуске восьмиполосной бумажной версии Lenta.ru.

¹ <https://web.archive.org/web/20040915033830/http://lenta.ru/info/design.htm>

Важно, что редакция издания признавалась, что информации много и приходится чем-то жертвовать, а в процессе работы они «...выяснили, что бумажную газету делать намного сложнее, чем интернет-издание. Кроме того, окончательно поняли, что за интернетом будущее, поскольку его не надо забирать из типографии и развозить сквозь московские пробки по распространителям»¹.



Рис. 3. Lenta.ru после 2004 г.: графическая модель и пример сайта

Gazeta.ru раньше своего главного конкурента начала изменения. Старый дизайн с гиф-рекламой и монолитными текстами исчезает уже к 2001 г. Тогда же сайт ориентируют по центру страницы. Рубрикация смещается в шапку сайта. В 2002 г. заметно увеличивается объем рекламы на стартовой странице и при переходе по рубрикам. Появление новых шрифтов, иконок разделов, подложек говорит об использовании библиотек CSS при создании сайта.

Начиная с 2002 г. каждый год происходят небольшие изменения в теле сайта, видно, что редакция экспериментирует с юзабилити и визуальным оформлением. Издание достаточно быстро переориентировалось на веб-формат. Формула «Сегодня в газете» исчезает уже к 2001 г., а в следую-

¹ URL: <https://web.archive.org/web/20061006090550/http://lenta.ru/info/seven.htm>

щем году появляются новые рубрики: «Онлайн интервью», «Интернет премия», тексты технического плана (например, рекомендации, как сделать Gazeta.ru домашней страницей). Определяются основные направления издания: политика, спорт, бизнес, авто, общество, культура.



Рис. 4. Gazeta.ru после 2004 г.: графическая модель и пример сайта

С 2004 г., как и в Lenta.ru, расширяется формат и появляются разделы «Комментарии» и специальные приложения к сайту. Примечательно, что редакция издания делает упор на обратной связи с читателем. Для этого на сайте есть соответствующий раздел с формой заполнения электронного письма и прилагающиеся инструкции, а также публикуются комментарии читателей. С 2004 г. «От редакции» заменяют «Новость часа» и «Ранее» (короткий лист с заголовками новостей) и «Темы дня».

С расширенным форматом страницы (2004 г.) тело делится на три части, первые две остаются такими же (во вторую часть добавляется хроника дня), а третья отводится под специальные приложения, комментарий, темы дня. Меняется шрифт, теперь рубрики — в одном стиле, текст материалов — в другом, текст лидов выделен. Тексты материалов больше не монолитны:

разделены внутритекстовыми заголовками. Увеличиваются количество фотографий и их размер.

Таким образом, к 2005 г. складываются определенные нормы того, как выглядят и что предлагают своей аудитории сайты интернет-СМИ: отказываются от узкой вертикальной ориентации страницы, заводят новые разделы, систематизируют рубрики, модернизируют свои поисковые возможности (Lenta.ru даже разработала свою серверную часть на языке PHP-поиска информации на сайте), интерактивные формы взаимодействия с аудиторией, увеличивают количество гиперссылок на другие материалы, работают над визуальной составляющей (увеличивают количество фотографий и дают больше «воздуха»).

Поиски удобства и акцент на мультимедийности

Следующий период развития интернет-СМИ связан с изменениями самой Сети и сменой ожиданий аудитории. Так, в 2006 г. появляется социальная сеть «ВКонтакте», к 2009 г. все большую популярность набирают сенсорные телефоны.

В 2005 г. видно, что Lenta.ru активно использует библиотеки CSS. Это способствует более плавным линиям в дизайне страницы. Шапка сайта в целом не изменяется, но постепенно меняется тело сайта: появляются разделы «Комментарии», «Спецпроекты», «Досье», письма читателей обрастают гиперссылками. В самих материалах добавляются врезки с цитатами из текста. Правда, пока текст врезки графически не выделен, не отличается от основного текста публикации, поэтому его контрастность и акцентность теряются. Что касается основы сайта, то там отображается контактная информация и плюсом идет раздел «Прием опечаток».

По сравнению с предыдущими годами к 2007 г. увеличивается количество фотоматериалов (1–2 картинки или фотографии в самих текстах публикаций, размером примерно 342×263 пикселей). Заметно, что издание использует свой единый формат заголовков, подзаголовков, самих текстов материалов. Визуально сайт с течением времени становится «легче» и функциональнее. Появляется больше пространства между абзацами и заголовками, а внутритекстовые врезки становятся визуально оформленными.

Gazeta.ru продолжает экспериментировать с дизайном главной страницы сайта без резких принципиальных изменений: меняет оттенки подложек и их расположение, перемещает рубрики и фотоматериалы.

Появление в 2006 г. подложек под текстовый материал расставляет акценты, направляет взгляд читателя.

В 2007 г. Gazeta.ru проводит серьезный редизайн: исчезает синий цвет рубрик, увеличиваются количество и размер фотографий: крупные фото с главной страницы от 2005–2006 гг. – 228×150 пикселей, а фото с главной страницы после редизайна 2007 г. – 300×233 пикселей. Появляются конкретные «точки фокуса» – зоны интереса, акцента, то, что отличается от остальной композиции и удерживает внимание [20]. За счет этого возника-

ет ощущение увеличения пространства главной страницы, повышается ее сбалансированность.

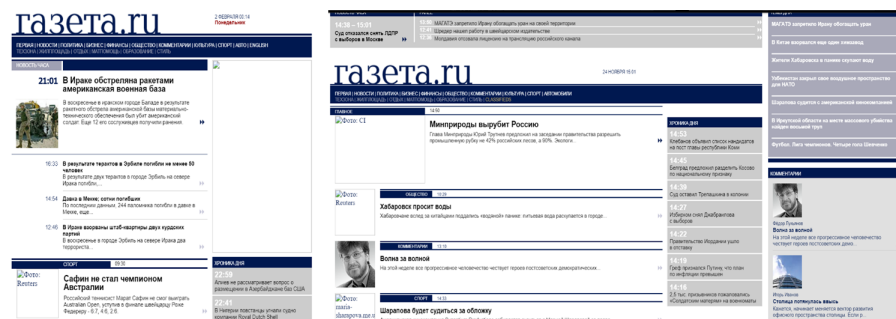


Рис. 5. Gazeta.ru в 2004 г. (слева) и в 2006 г. (справа)

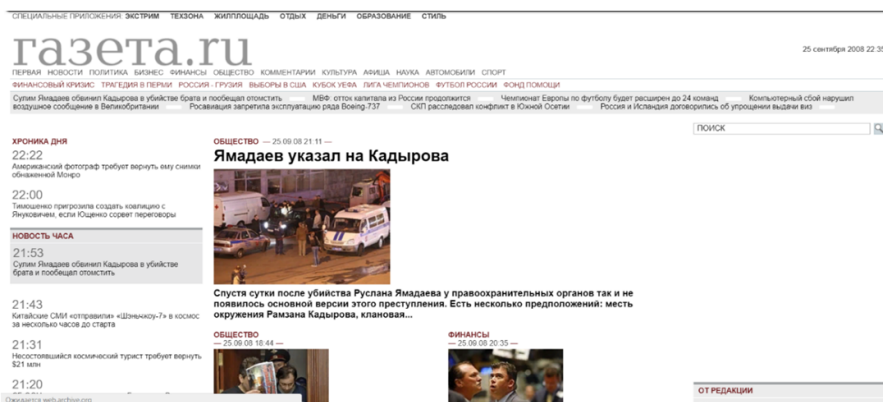


Рис. 6. Gazeta.ru после редизайна 2007 г.

Gazeta.ru добавляет кнопку поиска информации по сайту. При этом в отличие от Lenta.ru издание решило воспользоваться готовым решением: редакция использует форму, базирующуюся на поисковике Google (позже, в 2009 г., Gazeta.ru отказалась от использования чужого сервера и перешла на свой).

Содержательно тело сайта меняется незначительно, однако отметим, что в этот год в ней появляется рубрика «Вакансия», где размещен короткий список требуемых должностей, видимо, так редакция пытается расширить штат сотрудников. Интересно, что до редизайна среди рубрик издания был раздел «Также в номере», где были размещены 1–3 дополнительных материала. Само название отводит нас к бумажной газете, но после 2007 г. «Также в номере» как отдельный раздел исчезает.

В конце 2008 г. у Gazeta.ru снова изменения. Рубрики «Фоторепортаж» и «Видео» теперь выводятся не просто как рубрики с гиперссылками, а

представлены мозаикой фото- и видеоматериала. Меняется внешний вид иконок погоды: сглаживаются углы, линии становятся более плавными.

В Lenta.ru мультимедийный контент также активно внедряется с 2008 г. Видеоматериалы, как правило, располагаются в разделах левой части тела сайта. В остальном же ее сайт не претерпевает особых визуальных изменений (однако некоторые рубрики исчезают, какие-то появляются), а с 2010 г. издание вводит новый формат. Помимо «Пресс-конференций», «Комментариев», появляется «Офтопик» – авторские заметки, сопровождающиеся иллюстрациями, выполненными в одной стилистике.

В обоих изданиях с 2010 г. появляются специальные символы-маркеры социальных сетей. Оба издания пытаются сгруппировать наиболее читаемую информацию «За сутки / за 24 часа», «За неделю» «За месяц» (Gazeta.ru) и «Темы дня», «Главное за день» (Lenta.ru). Начиная с этого же года и Lenta.ru, и Gazeta.ru используют в своем программном коде язык программирования JavaScript. Это означает, что при выборе той или иной рубрики она открывается теперь не в новой вкладке, а при обновлении главной страницы. Это уменьшает время ожидания пользователя, к тому же больше не нужно использовать функцию «Refresh» для обновления стартовой страницы: теперь процесс автообновления предусмотрен автоматически. А библиотеки CSS и JavaScript дают возможность использовать блоки с закругленными углами, тени, полупрозрачные элементы, вставку видео и крупных фотографий, а также автообновление. Минимизация flash-анимации повышает скорость загрузки сайтов [21. С. 650–652].

К 2010 г. у сайтов появляются специальные облегченные PDA-версии, которые удобно открывать на мобильных телефонах. Можно говорить о том, что в 2010 г. берет свое начало и процесс совмещения интернет-СМИ и социальных сетей, а также появляется кроссплатформенность как ориентация кода сайта под адаптацию для разных устройств: мобильные телефоны, планшеты и т.д. [5. С. 19–22].

В 2011 г. Lenta.ru меняет центрирование. Формат имеет отступ примерно $\frac{1}{4}$ от правого края экрана и выравнивание по левому краю, как начальные версии интернет-изданий. Интересно то, что Gazeta.ru чуть позже тоже приходит к такому решению, так как оно позволяет усилить концентрацию внимания пользователя, которому больше не нужно переходить взглядом от одного края монитора к другому. Однако если Gazeta.ru сохраняет выравнивание содержимого веб-страницы по центру, то Lenta.ru (даже в современной версии сайта) оставляет вариант выравнивания по левому краю.

Примечательно, что по результатам зарубежного исследования «How physical text layout affects reading from screen» оптимальное значение отношение ширины строки сайта к ширине экрана монитора составляет примерно 55 %, что равно максимальному значению в 52 символа [22. Р. 390]. То есть наиболее комфортным для чтения был признан вариант, при котором текст занимает лишь 55 % ширины всего экрана. Именно к подобной компоновке пространства страницы и пришли анализируемые издания.

Новый редизайн: лаконизм, минимализм и подстройка под небольшие экраны

В начале 2013 г. сайт Lenta.ru еще раз серьезно меняется. Редакция – ещё до ухода Галины Тимченко – меняет разработчика дизайна: студию Артемия Лебедева на студию «Charmnet». Решение было крайне удачным, внешне сайт приобрел свой единый стиль, с черно-белыми фотографиями в шапке, новыми шрифтами, однотонными подложками и более крупным черным рубрикатором. Вместо серого, красного, желтого и голубого на главной странице появились белое пространство основной ленты, красные подзаголовки, черная подложка рубрикатора и серая под сами рубрики. Структура главной страницы стала лаконичнее, не такой объемной при ее скроллинге. Так, теперь на главной странице находится поле некоторых новостей, взятых из рубрики «Главное». Справа плашка «Главное за сутки» и «Фоторепортаж». Ниже идут рубрики издания со ссылками «Все материалы». Чуть ранее, в 2012 г. заканчивает существование спецпроект «Лентопедия» – досье на известных ньюсмейкеров.

Новый сайт Lenta.ru эксперты организации Society for News Design (SND) признали одним из лучших в мире среди новостных сайтов¹.

Отдельно отметим, что в основе главной страницы с 2015 г. исчезает символ для перехода на PDA-версию сайта (Gazeta.ru убрала данную функцию еще с 2012 г.). Она была актуальна из-за низкой скорости интернет-соединения с мобильного устройства, и по мере того, как развивается высокоскоростное подключение, остается только ориентация верстки под мобильные устройства, а необходимость в отдельной версии сайта отпадает.

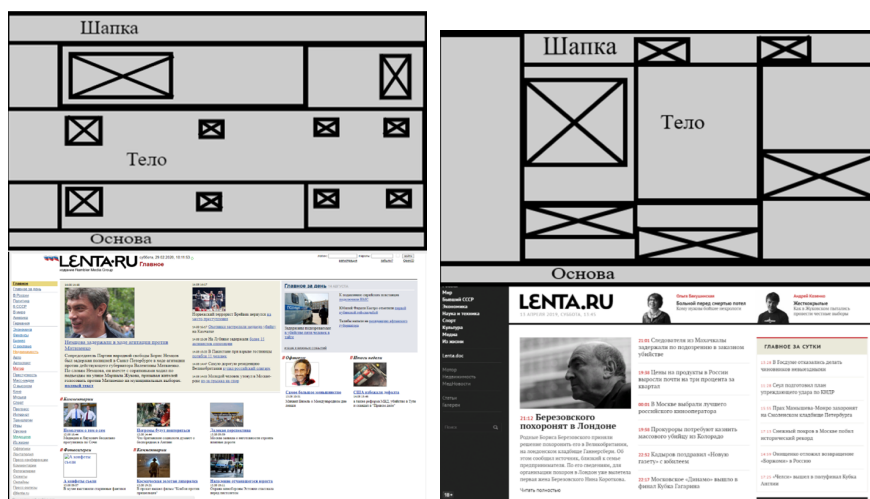


Рис. 7. Lenta.ru в 2011 г. (слева) и после редизайна 2013 г. (справа): графическая модель и оформление сайта

¹ URL: <https://www.snd.org/2013/03/meet-snds-2012-worlds-best-news-sites-and-apps-sb-nation-lenta-ru-and-the-guardian-and-observer-ipad-app/>

С 2014 по 2016 г. новая редакция Lenta.ru (после ухода Галины Тимченко) расширяет список рубрик: к стандартным «Статьям» и «Галерее» добавляются «Видео», «Инфографика», «Спецпроекты», «Библиотека». После 2015 г. рубрика со статьями – «Библиотека» – переместилась выше, к основным рубрикам. На ее месте появились «Мнения» – подборка различных аналитических статей.

Что касается Gazeta.ru, то к редизайну 2013 г. она подходит также с выровненным по центру макетом, особыми плашками-вставками, позволяющими пользователю пролистать встроенные вкладки.

Это сокращает объем занимаемого материалом пространства сайта и акцентирует внимание пользователя, предоставляя выбор в порядке просмотра материала: от самого текста новости до инфографики. С 2012 г. на главной странице сайта увеличивается количество видеоматериалов, фотоматериалов, которые отображаются на сайте издания в виде врезок с соответствующими заголовками. Изначально, с 2011 г., на сайте издания уже была отдельная плашка «Видео», но содержала только один материал вместо трех, появившихся в 2012 г.

В 2013 г. Gazeta.ru также проводит редизайн сайта. Трансформируется структура главной страницы: сначала идет лента главных новостей, вперемежку с колонкой из двух боковых колонок, где слева остаются новости дня и инфографика котировок из рубрики «Финансы», а справа – «Инфографика», «Фоторепортаж» и плашки «Самое читаемое» и «Самое обсуждаемое». После новостной ленты следует отдельный блок «Мультимедиа», в котором собраны фото- и видеоматериалы, а также инфографика. Далее – блок с актуальными темами из разных рубрик издания и перечень всех приложений и рубрик с активными гиперссылками.

Стиль издания, установленный тогда, сохранился до сих пор: основные цвета – черный и бордовый на светло-сером фоне. В новом дизайне исчезают темно-серые подложки плашек, уходит раздел «Блоги» с фотоврезками (вместо него отдельные плашки «Мнение»). Сайт становится более однородным в плане цветового решения, реализуется принцип повторения, что смотрится лаконичнее. С 2014 г. в шапке страницы появляется полоса прогноза погоды, в основной ленте добавляются плашки со спецпроектами.

Стоит отметить, что редизайн 2013 г. хорошо прижился в обоих изданиях, о чем говорят рейтинги популярности интернет-СМИ за 2013 г.¹ К примеру, по данным мониторинга «Liveinternet»: в 2013 г. Gazeta.ru набрала в среднем 144 698 117 просмотров за месяц и 20 127 713 уникальных посетителей.

В 2014 г. издание начинает использовать новый формат подачи материалов: текстовую онлайн-трансляцию. Внедрение подобных жанров говорит о совершенно ином способе использования возможностей интернет-площадки.

¹ URL: https://web.archive.org/web/20140202125009/http://www.ml.g.ru/ratings/federal_media/2759/2013/11/



Рис. 8. Gazeta.ru до редизайна 2013 г.: графическая модель и оформление сайта

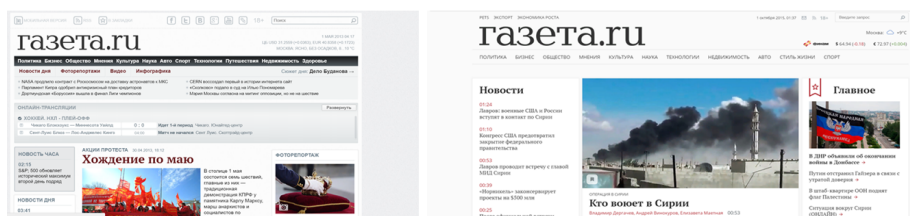


Рис. 9. Gazeta.ru после редизайна 2013 г. (слева) и в 2015 г. (справа)

Кроме этого, в 2014 г. Gazeta.ru модернизирует мобильную версию сайта, ее создают практически заново, ориентируясь именно на особенности мобильного медиапотребления на небольших экранах.

В последующие годы Gazeta.ru постоянно вносит в структуру сайта незначительные изменения, нацеленные в основном на упрощение его структуры. В 2015 г. сайт еще более упрощает структуру. Так, в теле сайта остаются только колонка «Новости дня», содержащая заголовки материалов, «Главное», «Самое читаемое» и плашка «Мультимедиа». Все остальные плашки, рубрики уходят внутрь сайта. За счет освободившегося места увеличиваются в размере фотографии, которые теперь являются гиперссылками на публикации и разделы. Теперь рядом с тем или иным материалом представлен значок и счетчик просмотров.

С 2016 г. над «Новостями дня» располагается «Новость часа» с вернувшимся на сайт горизонтальным скроллингом. Немаловажным введением является добавление значков социальных сетей (сделать репост / поделить-ся / твитнуть / рассказать друзьям) под главными материалами на первой странице сайта той или иной рубрики. Значки с округлыми краями, тех цветов, что соответствуют цветовому решению той или иной социальной сети соответственно. Там же мы можем увидеть символы фотокамеры, видеоплеера и диалогового облака, обозначающие количество имеющихся фото и видеоматериалов и комментариев пользователей.

Таким образом, к 2017 г. оба интернет-СМИ переосмыслили представление о центрировании, более узкую ориентацию с максимально упрощенной структурой подачи материалов: многие разделы и рубрики уходят внутрь сайта, а навигацию заменяют значки-символы. Вообще, минимализм приобрел огромную популярность в последние несколько лет [23]. Большой упор делается на иллюстративную часть сайта (принцип контрастирования), добавляются фотоврезки, увеличивается количество фотографий и видеоматериалов. Поэтому появляются отдельные разделы «Фоторепортаж», «Видео». Сами фотографии главных новостей данных изданий приобретают крупные размеры. Предпринимаются попытки объединения всего мультимедийного контента в единый блок и внедрения нового формата подачи материалов виде онлайн-трансляций. В этот период издания приходят к кроссплатформенности, ориентируют сайты под экраны разных устройств: разных моделей смартфонов, планшеты, а также «умных» часов.

С осени 2018 г. Lenta.ru добавила на сайт новую функцию «Лента добра». Это фильтр материалов, позволяющий отключить отображение публикаций, посвященных темам насилия, войн, нестабильной международной обстановки и политики. Отметим и появление возможности регистрации, чтобы адаптировать новостной сайт под свои предпочтения. Так, помимо «Ленты добра» издание предлагает завести свой кабинет с возможностью помечать закладками понравившиеся материалы. На сайте издания есть письмо редакции, где Lenta.ru пишет: «В верхнем левом углу (и в верхнем правом на мобильной версии) появился новый пункт меню – “Моя Лента”»¹.

У Gazeta.ru подобной функции нет, это интернет-СМИ реализует юзабилити в ином ключе: на некоторых новостных плашках присутствуют значки видео. При желании читатель сам может просмотреть видео контент, кликнув по ним. Также в шапке сайта, рядом с названием Gazeta.ru располагается небольшой (размер 64×36 пикселей) фрейм – кнопка с переходом на раздел сборки всех видеоматериалов издания.

Но для того чтобы все нововведения грамотно функционировали, необходимы мониторинг сайта, постоянная оценка количества проиндексиро-

¹ URL: <https://lenta.ru/articles/2016/11/02/mylenta1/>

ванных страниц, оценка трафика и степени необходимости оптимизировать главную страницу и т.д. Наблюдение за пользователями – наиболее очевидный метод в инструментарии проектировщика юзабилити. В отсутствие непосредственного доступа к пользователям наблюдение может производиться с помощью различных инструментов, которые предоставляют визуальное отображение визитов пользователей на сайт, карты кликов и т.д. [24]. В настоящий момент существует широкий спектр различных сервисов, предоставляющий данные услуги. Например, такие сервисы, как «Megaindex», «SpyWords», «GTmetrix», «PR-CY.RU» и др. Для анализа интересующих нас веб-изданий мы воспользовались сервисом «PR-CY.RU».

Сервис анализирует сайты по таким параметрам, как уровень оптимизации (внешняя, внутренняя, под мобильные устройства и оптимизация сервера), скорость загрузки сайта, сжатие HTML-страниц, сжатие CSS- и JS-файлов страниц (замена повторяющихся символов: табуляции, пробелов и т.п.), оптимизация сайтов для компьютеров и мобильных версий сайтов, тег viewport (если он есть, то страницы сайта правильно отображаются на всех мобильных телефонах и планшетах), сжатие изображений (адаптация по ширине), размеры элементов (все ли элементы достаточно велики в размере, чтобы на них можно было легко нажать, используя сенсорный телефон или планшет), размеры шрифтов (позволяют ли размер шрифта и высота строк удобно читать текстовый контент).

Результаты анализа с помощью упомянутого сервиса показали, что современные версии этих веб-изданий хорошо оптимизированы под любые мобильные устройства, имеют большую скорость загрузки главной страницы. У них крупные изображения и другие графические элементы (знаки-символы, кнопка прокрутки, возврата на «главную»), что позволяет пользователю легко и быстро сориентироваться на странице.

После 2017 г. каких-то значительных трансформаций сайтов Gazeta.ru и Lenta.ru не происходило. Главное достижение к этому времени: добавление функций, позволяющих отложить материал с возможностью возврата к нему на любом устройстве и в любое время, – сохраняется и по сей день.

Подытоживая проведенный анализ, обозначим основные этапы и предполагаемые причины для трансформаций визуального контента сайтов СМИ. В первой половине 2000-х гг. появление первых мобильных телефонов положило конец популярности пейджеров: изданиям пришлось отказаться от оперативной рассылки оповещений на них и искать новые способы привлечения аудитории. На протяжении 2005–2010 гг. издания стали центрировать сайты, вносили изменения в рубрикаторы, а также в организацию форм подачи материалов. К этому периоду относится наибольшее количество экспериментов с внешним видом главной веб-страницы. Увеличение скорости интернета, в том числе мобильного, модернизация программного кода (активное использование с 2007 г. программного кода JavaScript) позволили внедрять новые типы контента (видео-, онлайн-

трансляции, фотоматериалы с горизонтальным скроллингом). Уже в это время становится видна тенденция к минимализму в оформлении сайтов изданий.

Изменение скорости интернета и технических характеристик гаджетов привело к отсутствию необходимости у редакций обслуживать облегченную версию сайтов. Так, в начале 2010-х гг. исчезают PDA-версии сайтов: теперь сайты адаптируются под разные размеры экрана автоматически. После 2010 г. развитие социальных сетей трансформирует формы обратной связи с аудиторией. Появляется кроссплатформенность как ориентация сайтов изданий под экраны разных устройств: разных моделей смартфонов (с разными диагональю, формой площади экрана), планшетов, смарт-часов. Усиливается тенденция к минимализму во внешнем виде главной страницы сайта. С 2018 г. можно заметить появление политики персонализации информации (у Lenta.ru это функция «Лента добра»⁰).

Главное, что можно отметить: на изученной эмпирической базе становится хорошо понятна ставшая знаменитой фраза Г.М. Маклюэна: «Medium is the message». Формы контента меняются не в результате творческого запроса производителей или ожиданий аудитории. У этих аспектов в качестве катализатора и посредника выступают технологические аспекты, потому что все контентные изменения становятся результатом тех возможностей, которые могут предложить СМИ пропускные способности каналов связи, программисты, используемая для медиапотребления техника. Можно быть уверенными, что будет и следующий период экспериментов со структурой и дизайном. Основные направления, в которых будут происходить трансформации – это использование нейронных сетей для персонализации внешнего вида сайтов, их рубрикация и появление рубрик «оперативного контента», а также пристальное внимание СМИ к приложениям (что и началось пару лет назад), главное удобство которых – в их персонализации и возможности адресной работы с конкретным пользователем. И новый виток изменений сайтов крупнейших СМИ и формирования их редакциями представлений о том, что надо внедрить в условиях современного медиапотребления, опять немного сместит представления аудитории и более мелких редакций о том, как должен выглядеть их сайт, чтобы считаться стильным и современным.

Список источников

1. *Media archaeology: Approaches, applications, and implications* / ed. by E. Huhtamo, J. Parikka. Univ. of California Press, 2011.
2. *Thompson C., Wood M.A.* A media archaeology of the creepshot // *Feminist Media Studies*. 2018. Vol. 18, Is. 4. P. 560–574.
3. *Silverberg G., Dosi G., Orsenigo L.* Innovation, diversity and diffusion: a self-organisation model // *The Economic Journal*. 1988. Vol. 98, № 393. P. 1032–1054.
4. *Градобоев В.В.* Бенчмаркинг в современной теории стратегического планирования // *Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика*. 2008. № 6. С. 81–90.
5. *Якунин А.В.* Веб-дизайн и оформление электронных СМИ. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2013. 90 с.

6. Корзина М.И., Костюченко О.А., Лысенко В.А., Лысенко А.А., Майоров И.С., Потапова М.А. Моделирование эстетического оформления веб-сайта // *Arctic Environmental Research*. 2013. № 1. С. 116–123.
7. Кошель Л.В. Символика цвета в веб-дизайне // *Философские проблемы информационных технологий и киберпространства*. 2010. № 1. С. 98–104.
8. Китаевская Т.Ю. Альтернативные стили в веб-дизайне // *Вестник российских университетов. Серия: Математика*. 2014. № 2. С. 569–570.
9. Ляшенко Е.С. Теоретические подходы к изучению веб-дизайна как языка интернет-культуры // *Гуманитарный вектор. Серия: Философия, культурология*. 2012. № 3. С. 117–125.
10. Кушьева Д.С. Важность соблюдения юзабилити-правил при создании и поддержке Интернет-ресурса // *Научные исследования*. 2017. № 2 (13). С. 10–13.
11. Лайкова А.А. Юзабилити сайта: принципы и методы оценки // *Актуальные проблемы авиации и космонавтики*. 2016. № 12. С. 745–747.
12. Якунин А.В., Бодрунова С.С. Минимализм как современная тенденция в дизайн-проектировании: функциональный подход или эстетический принцип? // *Культура и цивилизация*. 2016. № 4. 14–24.
13. Кутюковенко А. Интернет-летописцы: Сервисы кэширования веб-ресурсов // *Мир ПК*. 2011. № 6. С. 58–61.
14. Митрошин М. Bright Stor AR Cserve Backup – снапшотныетехнологии // *Storage News*. 2005. № 4. С. 25.
15. Машикова С.Г. Интернет-журналистика : учеб. пособие. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 80 с.
16. Пак Е.М. Сетевые издания: истоки формирования и особенности функционирования // *Журналистский ежегодник*. 2012. № 1. С. 79–81.
17. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: Теоретические основы. М. : Академия медиаиндустрии, 2018. 370 с.
18. Макнейл П. Веб-дизайн: Идеи, секреты, советы. СПб. : Питер, 2012. 272 с.
19. Тимченко Г.В. Дорогая редакция. М. : АСТ, 2015. 336 с.
20. Bradley S. Принципы дизайна: доминанция, точки фокуса, иерархия // *Planet Design*. 2016. URL: <https://planet-design.com.ua/2016/01/03/principy-dizajna-dominaciya-tochki-fokusa-ierarxiya/> (дата обращения: 05.02.2020).
21. Сидоров А.А. Анализ современных тенденций организации пользовательской среды сайта // *Актуальные проблемы авиации и космонавтики*. 2016. № 12. С. 650–652.
22. Dyson Mary C. How physical text layout affects reading from screen // *Behaviour & information technology*. UK : Taylor&Francis, 2004. 393 p.
23. Сиваков А.В. 7 трендов веб-дизайна в 2016 // *International scientific review*. 2016. № 8 (18). С. 117–118.
24. Тепляков В.А. Юзабилити сайта как фактор повышения конкурентоспособности компании // *Проблемы науки*. 2018. № 2 (26). С. 25–27.

References

1. Huhtamo, E. & Parikka, J. (eds) (2011) *Media archaeology: Approaches, applications, and implications*. University of California Press.
2. Thompson, C. & Wood, M.A. (2018) A media archaeology of the creepshot. *Feminist Media Studies*. 4 (18). pp. 560–574.
3. Silverberg, G., Dosi, G. & Orsenigo, L. (1988) Innovation, diversity and diffusion: a self-organisation model. *The Economic Journal*. 393 (98). pp. 1032–1054.
4. Gradoboev, V.V. (2008) Benchmarking in modern theory of strategic planning. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika – Moscow University Economics Bulletin*. 6. pp. 81–90. (In Russian).

5. Yakunin, A.V. (2013) *Veb-dizayn i oformlenie elektronnykh SMI* [Web Design and Design of Electronic Media]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University.
6. Korzina, M.I. et al. (2013) Modelirovanie esteticheskogo oformleniya veb-sayta [Modeling the aesthetic design of the website]. *Arctic Environmental Research*. 1. pp. 116–123.
7. Koshel', L.V. (2010) Simvolika tsveta v veb-dizayne [Symbolism of color in web design]. *Filosofskie problemy informatsionnykh tekhnologiy i kiberprostranstva – Philosophical Problems of Information Technology and Cyberspace*. 1. pp. 98–104.
8. Kitaevskaya, T.Yu. (2014) Alternative style in web design. *Vestnik Rossiyskikh universitetov. Seriya: Matematika*. 2. pp. 569–570. (In Russian).
9. Lyashenko, E.S. (2012) Theoretical approaches to the study of web design as a language of the internet culture. *Gumanitarnyy vektor. Seriya: Filosofiya, kul'turologiya*. 3. pp. 117–125. (In Russian).
10. Kusheva, D.S. (2017) The importance of compliance with the rules of usability in the creation and support of internet resources. *Nauchnye issledovaniya*. 2 (13). pp. 10–13. (In Russian).
11. Laykova, A.A. (2016) Web usability: principles and evaluation methods. *Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavтики*. 12. pp. 745–747. (In Russian).
12. Yakunin, A.V. & Bodrunova, S.S. (2016) Minimalism as a modern trend in design: a functional approach or an aesthetic principle? *Kul'tura i tsivilizatsiya – Culture and Civilization*. 4. pp. 14–24. (In Russian).
13. Kutovenko, A. (2011) Internet-letopistsy. Servisy keshirovaniya veb-resursov [Internet chroniclers. Web resource caching services]. *Mir PK*. 6. pp. 58–61.
14. Mitroshin, M. (2005) Bright Stor AR Cserve Backup – snapshotnye tekhnologii [Bright Stor AR Cserve Backup – snapshot technologies]. *Storage News*. 4. pp. 25.
15. Mashkova, S.G. (2006) *Internet-zhurnalistika* [Internet Journalism]. Tambov: Tambov State Technical University.
16. Pak, E.M. (2012) Setevye izdaniya: istoki formirovaniya i osobennosti funktsionirovaniya [Network publications: the origins of formation and features of functioning]. *Zhurnalisticheskyy ezhegodnik – Journalist Yearbook*. 1. pp. 79–81.
17. Kalmykov, A.A. & Kokhanova, L.A. (2018) *Internet-zhurnalistika. Teoreticheskie osnovy* [Internet Journalism. Theoretical basis]. Moscow: Akademiya mediaindustrii.
18. McNeill, P. (2012) *Veb-dizayn. Idei, sekrety, soveti* [Web Design. Ideas, secrets, advice]. Translated from English. Saint Petersburg: Piter.
19. Timchenko, G.V. (2015) *Dorogaya redaktsiya* [Dear Editor]. Moscow: AST.
20. Bradley, S. (2016) Printsipy dizayna: dominatsiya, tochki fokusa, ierarhiya [Design principles: dominance, focus points, hierarchy]. Translated from English. *Planet Design*. [Online] Available from: <https://planet-design.com.ua/2016/01/03/principy-dizajna-dominatsiya-tochki-fokusa-ierarxiya/> (Accessed: 05.02.2020).
21. Sidorov, A.A. (2016) Analysis of current trends of organizing user's environment of web-site. *Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavтики*. 12. pp. 650–652. (In Russian).
22. Dyson, M.C. (2004) How physical text layout affects reading from screen. *Behaviour & Information Technology*. 6 (23). pp. 377–393. DOI: 10.1080/01449290410001715714
23. Sivakov, A.V. (2016) 7 trendov veb-dizayna v 2016 [7 web design trends in 2016]. *International Scientific Review*. 8 (18). pp. 117–118.
24. Teplyakov, V.A. (2018) Yuzabiliti sayta kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti kompanii [Website usability as a factor in increasing the company's competitiveness]. *Problemy nauki*. 2 (26). pp. 25–27.

Информация об авторах:

Беленко В.Е. – канд. филос. наук, зав. кафедрой массовых коммуникаций Новосибирского государственного университета (Новосибирск, Россия). E-mail: viktoria_belenko@mail.ru

Федотова А.А. – магистрант направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» Новосибирского государственного университета (Новосибирск, Россия). E-mail: f0.618@yandex.ru

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

V.E. Belenko, Cand. Sci. (Philosophy), head of the Department of Mass Communications, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: viktorija_belenko@mail.ru

A.A. Fedotova, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: f0.618@yandex.ru

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 11.01.2021;
одобрена после рецензирования 28.01.2021; принята к публикации 09.04.2022.*

*The article was submitted 11.01.2021;
approved after reviewing 28.01.2021; accepted for publication 09.04.2022.*