

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВА

Научная статья

УДК 004.92

Особенности цветовых и ритмических решений в дизайн-модели специализированных медиа: анализ изданий «КОММЕРСАНТЬ», «2Х2.MEDIA», «ГОРЬКИЙ»

Наталья Андреевна Архипова

Российский технологический университет,

Москва, Россия, naarkhip@yandex.ru

Московский международный университет

Москва, Россия, naarkhip@yandex.ru

Никита Сергеевич Губанов

Московский международный университет

Москва, Россия, design2024mirea@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей цветовых и ритмических решений в дизайн-моделях специализированных медиа на примере изданий «Коммерсантъ», «2x2.media» и «Горький». Цель работы заключается в выявлении закономерностей использования визуальных элементов для формирования идентичности медиа и эффективной коммуникации с аудиторией. Вклад исследования в соответствующую отрасль науки состоит в систематизации подходов к дизайну современных СМИ, что может быть полезно для дальнейших исследований в области медиадизайна и визуальной коммуникации.

Теоретической основой исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные дизайну, типографике, цветовым решениям и композиции. Методологическая база включает сравнительный анализ дизайн-моделей, семиотический анализ цветовых решений и исследование ритмической организации контента. Материалом для анализа стали главные страницы и ключевые разделы трех изданий, что позволило охватить разнообразие визуальных стратегий.

Результаты исследования показали, что каждое издание использует уникальные цветовые палитры и ритмические структуры, соответствующие их специализации и целевой аудитории. Например, «Коммерсантъ» применяет минималистичную цветовую схему для подчеркивания статусности, «2x2.media» сочетает монохромную основу с яркими акцентами для создания динамичного

образа, а «Горький» использует минимализм для акцента на содержании. Основные выводы работы подчеркивают, что цвет и ритм являются важными инструментами формирования идентичности медиа и влияют на восприятие контента аудиторией.

Ключевые слова: дизайн-модель, цветовая палитра, ритмическая организация, визуальная коммуникация, специализированные медиа

Для цитирования: Архипова Н.А., Губанов Н.С. Особенности цветовых и ритмических решений в дизайн-модели специализированных медиа: анализ изданий «КОММЕРСАНТЪ», «2Х2.MEDIA», «ГОРЬКИЙ» // Русская филология и национальная культура. 2025 №3(16). С. 31-46. Доступно по ссылке: <https://filolog-rgu.ru/wp-content/uploads/st22-2025.pdf>

Original article

УДК 004.92

FEATURES OF COLOR AND RHYTHMIC SOLUTIONS IN THE DESIGN MODEL OF SPECIALIZED MEDIA: ANALYSIS OF THE PUBLICATIONS «КОММЕРСАНТЪ», «2Х2.MEDIA», «ГОРЬКИЙ»

N.A. Arkhipova

MIREA — Russian Technological University,

Moscow, Russia, naarkhip@yandex.ru

Moscow International University,

Moscow, Russia, naarkhip@yandex.ru

N.S. Gubanov

Moscow International University,

Moscow, Russia, design2024mirea@gmail.com

Abstract. The article explores the features of color and rhythmic solutions in the design models of specialized media, using the publications «Kommersant», «2x2.media», and «Gorky» as examples. The aim of the study is to identify patterns in the use of visual elements for shaping media identity and effective audience communication. The research contributes to the field by systematizing approaches to the design of modern media, which may be useful for further studies in media design and visual communication.

The theoretical foundation of the study includes works by domestic and foreign authors on design, typography, color schemes, and composition. The methodological framework encompasses a comparative analysis of design models, semiotic analysis of

color solutions, and an examination of rhythmic content organization. The analysis is based on the main pages and key sections of the three publications, allowing for a comprehensive overview of diverse visual strategies.

The findings reveal that each publication employs unique color palettes and rhythmic structures aligned with their specialization and target audience. For instance, «*Kommersant*» uses a minimalist color scheme to emphasize prestige, «*2x2.media*» combines a monochrome base with vibrant accents to create a dynamic image, while «*Gorky*» employs minimalism to highlight content. The key conclusions emphasize that color and rhythm are essential tools for shaping media identity and influence audience perception of content.

Key words: design model, color palette, rhythmic organization, visual communication, specialized media

Введение.

Современные медиа сталкиваются с необходимостью балансировать между информационной насыщенностью и визуальной привлекательностью. Дизайн-модель издания играет ключевую роль в формировании его идентичности и взаимодействии с аудиторией. В данной статье исследуются цветовые и ритмические решения в дизайне специализированных СМИ «Коммерсантъ», «2x2.media» и «Горький», определяются их функциональные и эстетические особенности.

Для начала исследования необходимо разобраться с терминологией, а именно: что такое дизайн-модель? Для полноценного понимания этого термина мы изучим и сравним его составные части, а также синонимичные понятия.

Согласно учебно-методическому пособию «Методика разработки и выполнения дизайн-проекта», дизайн определяется как творческая проектная деятельность, направленная на создание гармоничной среды, удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека [2, с. 5].

Термин «дизайн-проект» трактуется как набор документов, отражающих концепцию и особенности будущей дизайн-модели [10, с. 21].

Т.Ю. Благова отмечает, что определения дизайна варьируются в зависимости от источника, но все они сводятся к тому, что дизайн представляет собой этап проектирования объекта, учитывающий эстетические и функциональные аспекты [3, с. 15].

В научной статье Т.О. Габриелян вводится понятие «дизайн-продукт», под которым понимается сложноструктурированная система, включающая традиции печати, анимацию и элементы интерактивности [6, с. 45].

Согласно толковому словарю Ожегова, модель – это схема физического объекта или явления. Таким образом, дизайн-модель можно определить как схему, включающую различные элементы дизайна [15, с. 312].

В зарубежных исследованиях аналогом термина «дизайн-модель» выступает Design DNA (ДНК дизайна). Это понятие трактуется как совокупность стилей и подходов, формирующих единую визуальную картину, которая применяется к различным платформам, связанным с объектом дизайна [20].

Веб-дизайн определяется как работа над визуальной и логической составляющими веб-страницы [12, с. 72].

Сравнивая приведенные определения, можно сделать вывод, что дизайн-модель – это комплекс графических элементов, формирующих целостное стилистическое направление внешнего вида объекта (например, СМИ). Наиболее близкими к данному понятию являются трактовки Design DNA, дизайн-продукта и веб-дизайна.

Основными структурными элементами дизайн-модели являются композиция, типографика и цветовая схема.

— Композиция.

Н.Н. Волков определяет композицию как замкнутую структуру с фиксированными элементами, связанную единством смысла [5, с. 263].

Н.В. Виноградова и Г.М. Землякова рассматривают композицию как процесс и теорию расстановки элементов, обусловленных видением автора [4, с. 19].

В.Б. Устин подчеркивает, что композиция – это и процесс художественного творчества, и его результат [18, с. 7].

Таким образом, композиция включает как действие, так и результат этого действия, формируя логику и «архитектуру» дизайн-модели.

— Сетка.

Йозеф Мюллер-Брокманн описывает систему сетки как инструмент, помогающий дизайнеру решать визуальные проблемы и проектировать с высокой скоростью и качеством [22, с. 10].

Существует два типа сеток:

- Модульная сетка – система, использующая блоки (модули) для распределения объектов [16, с. 2].
- Колоночная сетка – система, основанная на вертикальных колоннах [13, с. 5].

— Типографика.

Джеймс Феличи определяет типографику как внешнее оформление текста, направленное на визуальное усиление его смысла [19, с. 7].

Основные элементы типографики:

- Гарнитура – шрифтовой набор с идентичными элементами начертания.
- Шрифт – стиль гарнитуры с определенными параметрами.
- Кегель – высота буквенной единицы.
- Межбуквенный интервал, трекинг, интерлиньяж.

Типографика играет ключевую роль в привлечении внимания читателя и создании атмосферы текста.

— Цвет.

Л.В. Кошель отмечает, что пользователь формирует первое впечатление об объекте за 9–10 секунд, что подчеркивает важность цветового решения [9, с. 12].

Функции цвета в дизайн-модели:

- Идентификационная – создание уникального стиля.

- Навигационная – организация информации.
- Эмоциональная – влияние на настроение.

Цветовой круг, по методическому пособию М.А. Смирновой, является универсальным инструментом дизайнера [17, с. 2].

Иоханнес Иттен разделяет цвета на три порядка:

1. Основные (желтый, красный, синий).
2. Смешанные (оранжевый, фиолетовый, зеленый).
3. Дополнительные (желто-оранжевый и др.) [8, с. 32–35].

Характеристики цвета включают тон, хроматичность, температуру, тональность, оттенок, яркость и насыщенность [11, с. 29–33].

Правило 60-30-10, введенное Джозефом Альберсом, предлагает следующее соотношение цветов: доминирующий (60%), вторичный (30%), акцентный (10%) [11, с. 31].

Функции дизайн-модели:

1. Идентификационная – создание визуального паспорта бренда через фирменные цвета, графические паттерны и шрифты [7, с. 23].
2. Навигационная – организация контента через зонирование и иерархию [14, с. 45].
3. Персонализационная – адаптация под пользователя [21].
4. Коммуникативная – передача ценностей СМИ через стилистические решения [1, с. 13].

Дизайн-модель – это совокупность композиции, типографики и цветовых схем, обеспечивающих узнаваемость бренда, удобство восприятия информации и эмоциональное вовлечение читателя.

Основная часть.

Как свидетельствует проведённое исследование, хроматическая структура цифровой платформы делового издания «Коммерсантъ» демонстрирует последовательную реализацию принципов визуального аскетизма, находящегося в концептуальном единстве с типографическими решениями данного медиаресурса. При детальном рассмотрении цветового решения главной страницы издания выявляется строго ограниченная палитра, состоящая из двух доминирующих цветовых компонентов – белого (hex #FFFFFF) и оттенка глубокого тёмно-синего (hex #004563) – «Мертвенный индиго», дополненных нейтральными серыми оттенками, выполняющими вспомогательные функции в общей композиционной системе (рис. 1), коды с цветами рассматривались на сайте get-color.ru (Get Color).

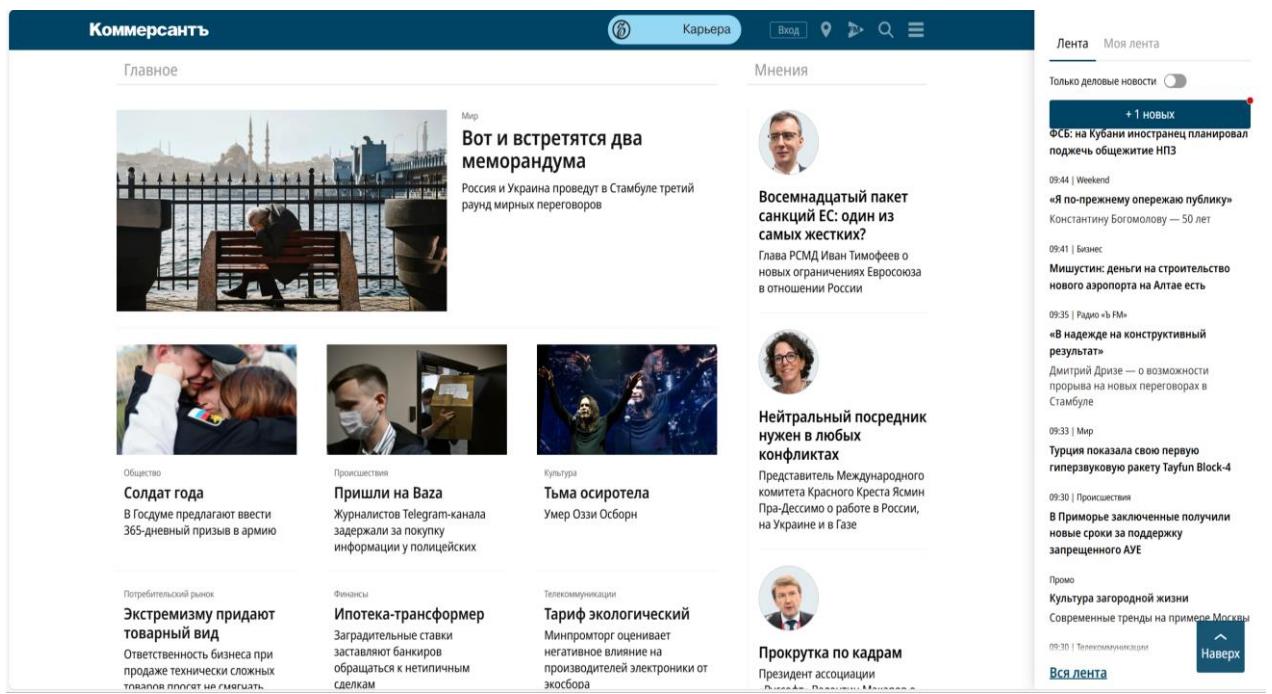


Рис. 1. Скриншот главной страницы сайта редакции «Коммерсантъ».

Источник: <https://www.kommersant.ru/>

Доминирующий белый цвет в визуальной структуре выполняет фоновую функцию, формируя нейтральное пространство, оптимальное для восприятия текстового контента, что соответствует базовым принципам веб-эргоноики. Глубокий темно-синий акцент, (hex #004563) – «Мертвенный индиго», локализованный преимущественно в верхней навигационной панели, обрамляет логотип, выполняя не утилитарную, а идентификационную и декоративную роль, выступая маркером корпоративной принадлежности ресурса.

Подобная хроматическая редукция, характерная для респектабельных деловых изданий, подчеркивает статусность контента через минималистичную палитру. Серые полутона, занимая промежуточное положение, смягчают контраст между основными цветами, обеспечивая плавные визуальные переходы.

Анализ хроматической структуры позволяет классифицировать палитру как контраст по цветовым пятнам с элементами светлотного контраста. Первый принцип проявляется в диспропорциональном соотношении площадей (синий представлен минимально), второй – в оппозиции абсолютно светлого (белый) и тёмного (глубокий тёмно-синий, #004563). Однако психологические ассоциации синего (стабильность, консерватизм) и сознательное применение контраста смягчают восприятие, требуя от зрителя визуальной грамотности.

Особый интерес представляет градиентный элемент навигации (рис. 1), вводящий пастельный оттенок светло-синего цвета (#a7d6eb), отсутствующий в остальном интерфейсе. Если трактовать белый как хроматическую единицу, а серый – как его градацию, данную схему можно отнести к контрастной триаде, объединяющей два противоположных цвета с соседствующим.

На основании проведённого исследования можно констатировать, что формирование цветовой палитры анализируемого цифрового ресурса осуществлялось в строгом соответствии с теми же концептуальными принципами, которые определяли выбор типографических решений. Минималистический подход к колористике, проявляющийся в сознательном ограничении цветовой гаммы, преследует ту же стратегическую цель – максимальную концентрацию внимания пользователя на содержательном компоненте посредством устранения любых избыточных визуальных элементов.

При более детальном рассмотрении функциональной нагрузки отдельных цветовых компонентов выявляется парадоксальная, на первый взгляд, ситуация: несмотря на количественно ограниченное использование, именно глубокий тёмно-синий цвет (hex #004563) приобретает статус основного и, что особенно важно, идентификационного элемента цветовой системы. Данный статус обусловлен семантической неоднозначностью белого цвета, чьё положение в системе остаётся дискуссионным – является ли он полноценным участником хроматической композиции или выполняет исключительно фоновую, служебную функцию. Синий цвет традиционно ассоциируется с такими качествами, как сдержанность, стабильность и профессионализм, что объясняет его широкое применение в корпоративной сфере (классическим примером может служить синий деловой костюм как униформа бизнес-сообщества). Именно эти коннотации полностью соответствуют специализации анализируемого издания, что и делает оттенок синего цвета его визуальным идентификатором.

Исследование модульной структуры и визуального ритма главной страницы выявляет сложное взаимодействие формальных принципов веб-дизайна и традиционных композиционных схем, характерных для печатных СМИ. Первичное визуальное впечатление, обусловленное блочным горизонтальным расположением контента (рис. 1), создаёт иллюзию модульной сетки, типичной для газетного макета. Однако детальный анализ демонстрирует, что в основе композиции лежит классическая колоночная структура, применение которой в цифровой среде носит не жёстко нормативный, а рекомендательный характер, подобно правилу третей в фотографии.

Нарушение строгой вертикальной логики двумя верхними элементами (блоком *Weekend* и ведущим новостным материалом), организованными горизонтально, формирует обманчивое восприятие модульности, подчёркивая адаптивность сеточных систем в современном дизайне.

Ритмическая организация контента сочетает признаки регулярности (периодичность стандартных новостных блоков) и чередующейся динамики, где крупноформатные горизонтальные элементы сменяются вертикально ориентированными модулями меньшего масштаба, создавая волнобразную структуру. Особенno показателен прогрессивный ритм в верхней зоне интерфейса, воспроизводящий историческую модель газетных титульных страниц: единичное доминирование крупных заглавных элементов без их дальнейшего повторения. Такая композиционная стратегия не только

обеспечивает визуальную иерархию, но и актуализирует связь цифрового формата с традициями печатного дизайна.

Такое сочетание различных ритмических структур создаёт сложную полифоническую организацию визуального пространства, где строгая системность базовой структуры сочетается с динамической вариативностью отдельных компонентов. Подобный подход позволяет одновременно обеспечивать:

- 1) устойчивость и предсказуемость навигации;
- 2) визуальную динамику и иерархическую ясность;
- 3) историческую преемственность с традиционными формами медиадизайна.

При этом необходимо подчеркнуть, что выявленные ритмические закономерности не существуют изолированно, а находятся в тесном взаимодействии с ранее описанными цветовыми и типографическими решениями, формируя целостную систему визуальной коммуникации, характерную для современных деловых медиа.

Проведя тщательное исследование визуальной организации цифровой платформы издания «2x2.медиа», необходимо отметить, что ее цветовая система строится на четкой оппозиции двух доминирующих хроматических компонентов – черного и белого. Черный цвет выполняет фундаментальную фоновую функцию, формируя основное пространство интерфейса, в то время как белый, обрамляющий композицию в виде единой рамки (рис. 2), выступает в качестве структурирующего элемента, объединяющего все составные части веб-страницы в целостную систему. Следует подчеркнуть, что в данном дизайнерском решении белый цвет лишен самостоятельной практической функции, за исключением обязательного визуального отделения типографских элементов от темного фона, что является технической необходимостью, а потому приобретает преимущественно декоративное значение.

Значительно более сложную структуру представляет система дополнительных цветов, включающая насыщенные спектральные оттенки:

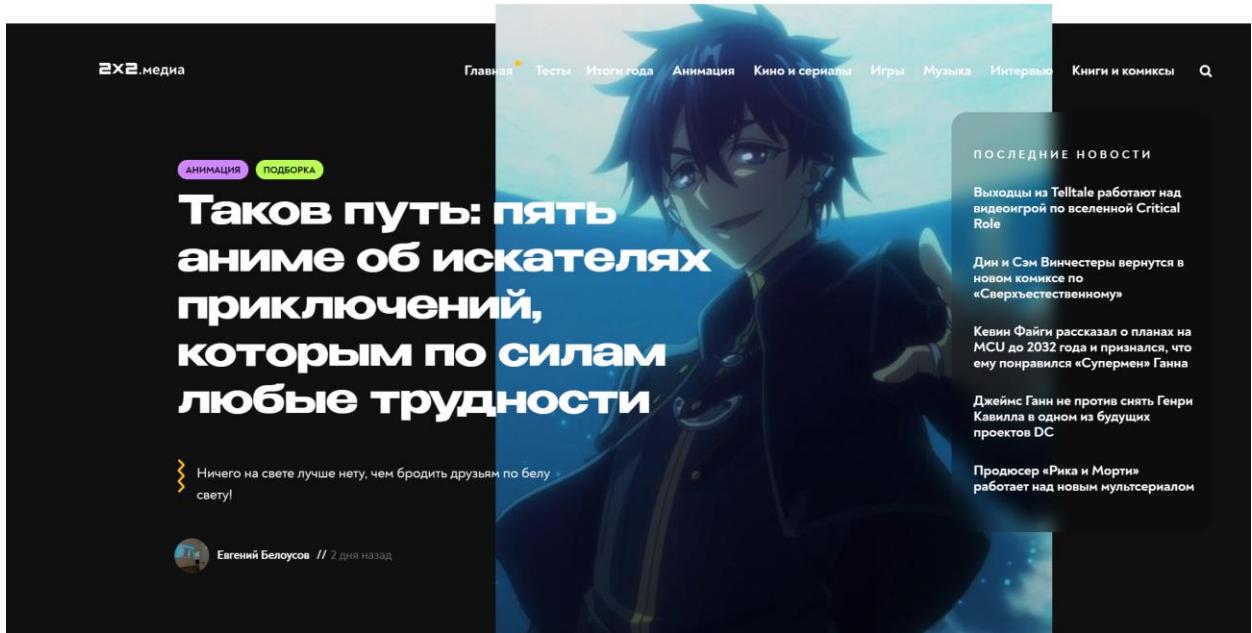


Рис. 2. Скриншот главной страницы редакции «2x2.медиа».

Источник: <https://media.2x2tv.ru/>

желтый, синий, красный, фиолетовый, зеленый, оранжевый и другие. Осознанно воздерживаясь от точных цифровых обозначений (RGB или HEX) ввиду использования не только чистых хроматических тонов, но и их многочисленных вариаций, количество которых трудно поддается точному учету, сосредоточим внимание на функциональных особенностях их применения. Эти цветовые акценты выполняют строго определенные задачи:

1. Семантическое выделение рубрик и категорий контента;
2. Оформление графических элементов интерфейса (включая характерную зигзагообразную линию, сопровождающую заголовки);
3. Обрамление метаинформации (в частности, блоков с данными об авторах публикаций (рис. 2).

Важно отметить, что выбор конкретного акцентного цвета осуществляется по тематическому принципу – в зависимости от принадлежности материала к определенной рубрикации издания. Данная система демонстрирует гибкий подход к колористическому решению, где строгая монохромная база сочетается с динамичной полихромной акцентуацией, создающей узнаваемый визуальный образ издания.

Такой принцип цветовой организации позволяет одновременно:

- сохранять структурную целостность цифрового пространства;
- обеспечивать четкую навигацию по категориям контента;
- создавать эмоционально насыщенную визуальную среду;
- поддерживать корпоративную идентичность медиапродукта.

При рассмотрении цветовой схемы данного медиаресурса через призму базовых хроматических компонентов – черного и белого – необходимо констатировать, что согласно классификации, изложенной в теоретическом

разделе настоящего исследования, перед нами типичный пример комплементарной схемы, основанной на максимальной противоположности используемых цветовых значений. Данное обстоятельство автоматически предполагает наличие контраста по светлому и темному, который, однако, не исчерпывает всей сложности колористического решения, поскольку неравномерное распределение цветовых масс вводит дополнительный параметр контраста по цветовым пятнам, распространяющийся также и на систему дополнительных акцентных цветов, выполняющих функцию смысловых маркеров.

Парадоксальность выбранной цветовой стратегии заключается в очевидном диссонансе между семантикой базовых цветов и профильной направленностью издания. В то время как черный и белый по отдельности действительно обладают универсальным характером, их сочетание традиционно ассоциируется с совершенно иным символическим рядом (формальная одежда, монохромная кинематографическая эстетика, классические игровые доски), характерным скорее для респектабельных деловых СМИ, нежели для молодежных развлекательных платформ. Однако тщательно выверенное пропорциональное соотношение цветовых масс (с минимальным использованием белого как структурного, а не полноценного стилеобразующего элемента) в сочетании с активным применением полихромных акцентов позволяет нейтрализовать излишнюю формальность базовой палитры.

Следует особо подчеркнуть, что идентификационная функция данной цветовой системы обусловлена ее преемственностью по отношению к бренд-стратегии телеканала «2х2», использующего черно-белую гамму с 1989 года.

Таким образом, визуальное решение цифровой платформы:

- 1) сохраняет корпоративную узнаваемость;
- 2) обеспечивает необходимую гибкость за счет полихромных элементов;
- 3) поддерживает баланс между традицией и современными трендами.

Переходя к анализу композиционной организации, необходимо отметить строгое следование принципам колоночной сетки, где контент распределен по двум четким вертикальным осям, вдоль которых последовательно располагаются превью публикаций (рис. 3). Данное решение демонстрирует глубокое понимание специфики цифровой среды и соответствует актуальным стандартам веб-дизайна, подчеркивая принадлежность издания к современной интернет-культуре. Подобная структурная ясность, сочетающаяся с динамичной колористикой, создает узнаваемый визуальный образ, успешно балансирующий между функциональностью и творческой выразительностью.

При рассмотрении ритмического рисунка главной страницы отмечается преобладание регулярного ритма, проявляющегося в последовательном повторении новостных блоков стандартного размера. Однако данный принцип демонстрирует незначительные отклонения, обусловленные спецификой медиа: прикрепленные к статьям иллюстрации, варьируются по высоте, сохраняя при этом зеркальное чередование в расположении.

Несмотря на доминирование регулярного ритма, в дизайне присутствуют элементы прогрессивной ритмики – верхняя часть страницы выделяется увеличенным блоком актуального материала. Аналогичный иерархический принцип прослеживается в рубрикационных разделах, где главенствующее

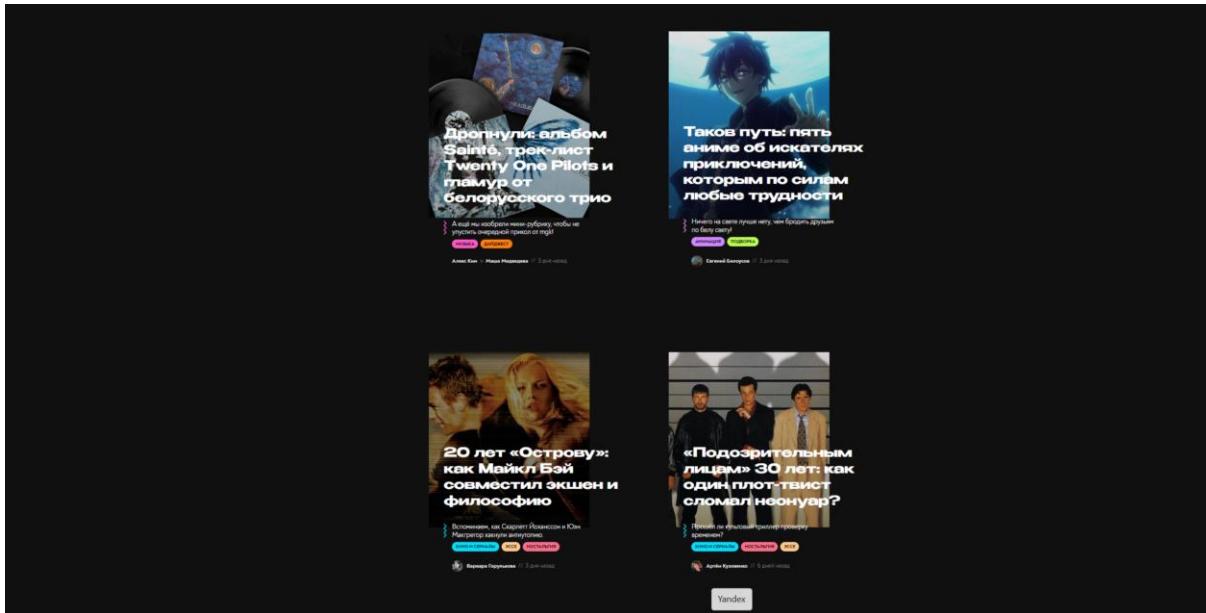


Рис. 3. Скриншот главной страницы редакции «2x2.медиа».

Источник: <https://media.2x2tv.ru/>

положение занимает название рубрики (рис. 4). Однако единичность подобных акцентов не позволяет однозначно классифицировать ритм как прогрессивный.

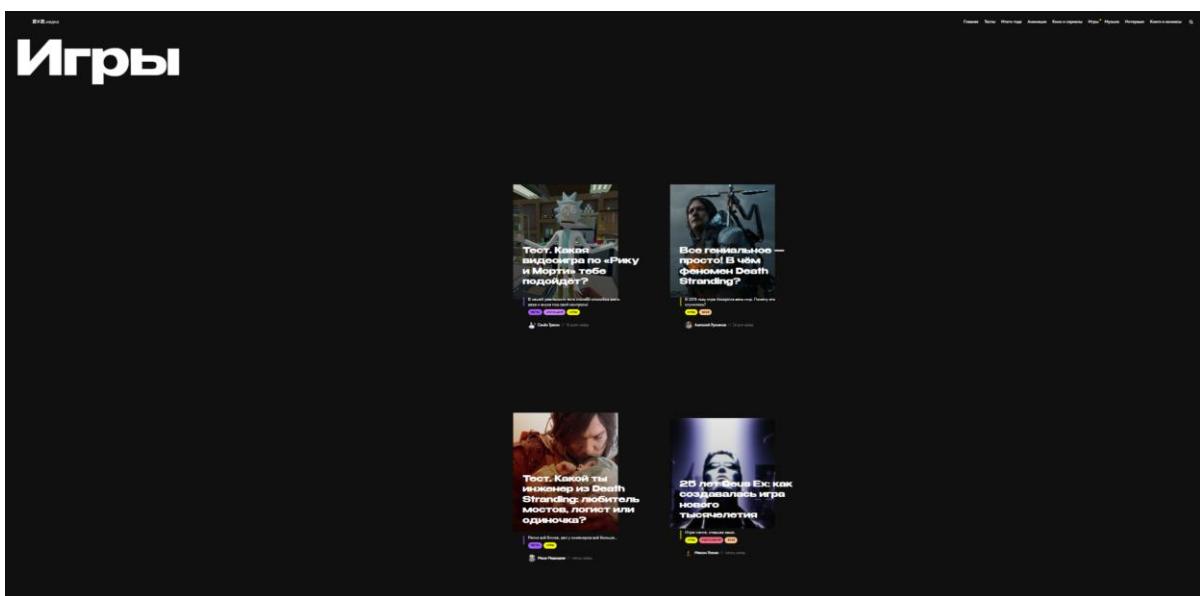


Рис. 4. - Скриншот страницы раздела «Игры» редакции «2x2.медиа».

Источник: <https://media.2x2tv.ru/tag/games/>

Внутренняя организация превью-блоков демонстрирует плавный ритм, где визуальная иерархия (иллюстрация → заголовок → подзаголовок → метаданные) сочетается с наложением элементов, создающим целостную композицию.

Такое ритмическое решение выполняет двойную функцию:

1) Соответствует стандартам веб-дизайна, подчеркивая принадлежность к цифровой культуре;

2) Через креативные элементы (вариативность иллюстраций, композиционную свободу) отсылает к авангардной эстетике, ассоциирующейся с молодежной субкультурой.

Подобный синтез формальной строгости и творческой экспрессии формирует узнаваемый визуальный образ, успешно сочетающий функциональность и актуальную стилистику.

Проведя тщательное исследование цветового решения веб-платформы издания «Горький», следует отметить наличие двух контрастных режимов отображения – темного и светлого, каждый из которых обладает собственной семантикой и функциональными особенностями (рис. 5).

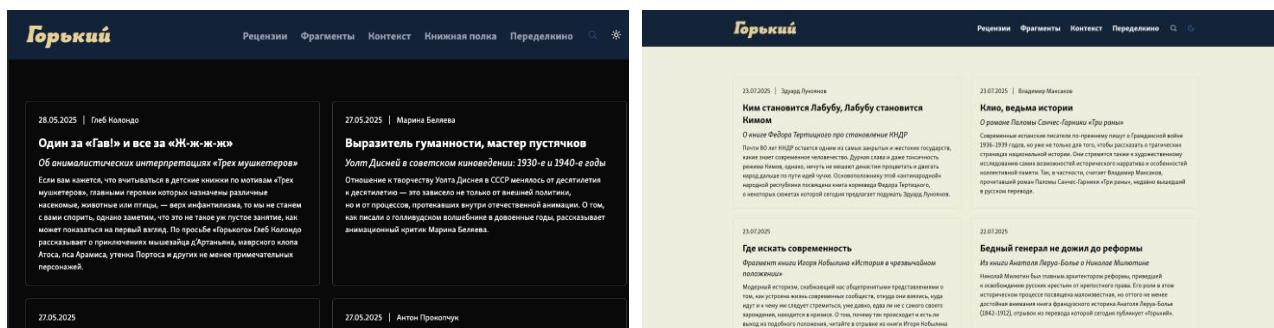


Рис.5. Скриншот главной страницы редакции «Горький» в темном и светлом режимах. Источник: <https://gorky.media/>

В темном режиме наблюдается использование глубокого синего оттенка (#122438) для навигационной панели, сочетающегося с бледно-желтым логотипом (#ebcf9e) и бледно-голубыми элементами интерфейса (#99a1ae), тогда как основной фон выполнен в черном цвете с серыми разделителями. Светлый режим (рис. 5) сохраняет синюю панель навигации, но трансформирует цветовую гамму в сторону светлых тонов: сливочный фон (#edeee0) и бежевые разделители (#ebcf9e).

Колористический анализ позволяет классифицировать:

1. Для темного режима:

- Без учета логотипа: монохромная схема с дополнительным черным;
- С учетом логотипа: контрастная триада с элементами черного.

2. Для светлого режима:

- Комплементарная схема с вариациями оттенков.

Визуальный ритм издания демонстрирует строгую колоночную организацию контента с преобладанием регулярного ритма в расположении материалов равного размера. Внутренняя структура превью (рис. 6) организована по принципу прогрессивного ритма с четкой иерархией элементов: дата и автор → заголовок → подзаголовок и лид.

Семиотический анализ цветовых решений выявляет:

- Темный режим: ассоциации с деловой сферой, подчеркивающие серьезность контента;

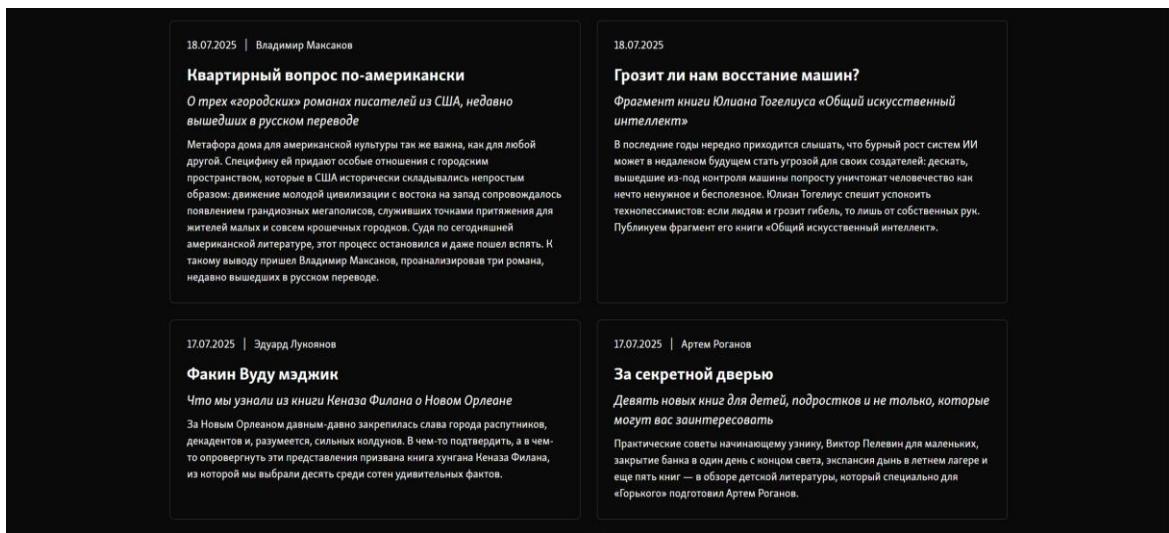


Рис.6. Скриншот превью материала редакции «Горький».

Источник: <https://gorky.media/>

- Светлый режим: романтические коннотации (состаренные книги, кофейная эстетика).

Отличительной особенностью дизайн-модели «Горького» является сознательный минимализм, подчеркивающий содержательную составляющую издания. В отличие от «2x2.media» и «Коммерсанть», здесь отсутствуют яркие идентификационные элементы, что соответствует концепции литературного издания, делающего акцент на текстовом содержании.

Заключение.

Проведенный сравнительный анализ трех изданий демонстрирует, как сходные визуальные приемы могут приобретать различную смысловую нагрузку в зависимости от редакционной политики и целевой аудитории.

Выводы:

1. Цветовая палитра выступает важным маркером специализации СМИ.
2. Идентичные композиционные решения приобретают различную семантику в зависимости от контекста издания.
3. Минималистический подход «Горького» отражает его ориентацию на вдумчивого читателя.
4. Выбор между темным и светлым режимами позволяет варьировать восприятие контента.

Список источников

1. Алмомани Х.Н. Коммуникативная и социальная функции дизайна, роль дизайнера в этих функциях. Екатеринбург: УрФУ, 2022.
2. Берианидзе М.А., Мальцева В.А., Малявко Л.Н., Милякова А.Л. Методика разработки и выполнения дизайн-проекта. Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2017.
3. Благова Т.Ю. Теория и методология дизайна. Благовещенск: АмГУ, 2008.
4. Виноградова Н.В., Землякова Г.М. Композиция. Тольятти: ТГУ, 2023.
5. Волков Н.Н. Композиция в живописи. М.: Искусство, 2020.
6. Габриелян Т.О. Интерактивность современного материально-виртуального дизайн-продукта // Манускрипт. 2020.
7. Желондиевская Л.В. Функции дизайна в современной коммуникации. СПб.: СПбГУ, 2021.
8. Иттен И. Искусство цвета. М.: Аронов, 2018.
9. Кошель Л.В. Символика цвета в веб-дизайне // Философские проблемы информационных технологий. 2010.
10. Маклещова Т.И. Теория и методология дизайна. Витебск: ВГТУ, 2018.
11. Михеева М.М. Цвет в дизайне. М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2008.
12. Науменко А.А., Альшевская С.О. Корпоративные медиа. Минск: БГУ, 2017.
13. Несторович Н.Д., Самутина Н.Н. Анализ навигации и композиционного строения страниц сайтов интернет-магазинов // Материалы и технологии. 2022.
14. Новичкова О.Г., Натус Н.И. Дизайн навигационных систем как одно из направлений современного дизайна // Царскосельские чтения. 2014.
15. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: АСТ, 2021.
16. Павленко Е.А., Плетнёва Л.Г. Модульные сетки в полиграфических изданиях. Комсомольск-на-Амуре: АмГПГУ, 2022.
17. Смирнова М.А. Понятие цветового круга. СПб.: ДД «Современник», 2016.
18. Устин В.Б. Композиция в дизайне. М.: АСТ, 2007.
19. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн. СПб.: БХВ-Петербург, 2014.
20. Creativebloq. Defining Your Design DNA. 2023. URL: <https://www.creativebloq.com>
21. Geeks for Geeks. Importance of Personalization in UI/UX Design. 2023. URL: <https://www.geeksforgeeks.org>
22. Muller-Brockmann J. Grid System in Graphic Design. Niggli Verlag, 1996.
23. Get Color : онлайн-сервис подбора цветов [Электронный ресурс]. – URL: <https://get-color.ru/code/004563> (дата обращения: 24.07.2025).

References

1. Almomani Kh.N. Kommunikativnaya i sotsial'naya funktsii dizaina, rol' dizaynera v etikh funktsiyakh [Communicative and social functions of design, the role of the designer in these functions]. Yekaterinburg: UrFU, 2022. (In Russ.)
2. Berianidze M.A., Mal'tseva V.A., Malyavko L.N., Milyakova A.L. Metodika razrabotki i vypolneniya dizayn-proekta [Methodology for developing and executing a design project]. Yelets: EGU im. I.A. Bunina, 2017. (In Russ.)
3. Blagova T.Yu. Teoriya i metodologiya dizaina [Theory and methodology of design]. Blagoveshchensk: AmGU, 2008. (In Russ.)
4. Vinogradova N.V., Zemlyakova G.M. Kompozitsiya [Composition]. Tolyatti: TGU, 2023. (In Russ.)
5. Volkov N.N. Kompozitsiya v zhivopisi [Composition in painting]. Moscow: Iskusstvo, 2020. (In Russ.)

6. Gabrielyan T.O. Interaktivnost' sovremennoj material'no-virtual'nogo dizayn-produkta [Interactivity of the modern material-virtual design product]. Manuscript, 2020. (In Russ.)
7. Zhelondievskaia L.V. Funktsii dizaina v sovremennoj kommunikatsii [Functions of design in modern communication]. St. Petersburg: SPbGU, 2021. (In Russ.)
8. Itten I. Iskusstvo tsveta [The art of color]. Moscow: Aronov, 2018. (In Russ.)
9. Koshel' L.V. Simvolika tsveta v veb-dizayne [Symbolism of color in web design]. Filosofskie problemy informatsionnykh tekhnologiy, 2010. (In Russ.)
10. Makletsova T.I. Teoriya i metodologiya dizaina [Theory and methodology of design]. Vitebsk: VGTU, 2018. (In Russ.)
11. Mikheeva M.M. Tsvet v dizayne [Color in design]. Moscow: MGTU im. N.E. Baumana, 2008. (In Russ.)
12. Naumenko A.A., Al'shevskaya S.O. Korporativnye media [Corporate media]. Minsk: BGU, 2017. (In Russ.)
13. Nesterovich N.D., Samutina N.N. Analiz navigatsii i kompozitsionnogo stroeniya stranits saitov internet-magazinov [Analysis of navigation and compositional structure of online store pages]. Materialy i tekhnologii, 2022. (In Russ.)
14. Novichkova O.G., Natus N.I. Dizayn navigatsionnykh sistem kak odno iz napravleniy sovremennoj dizayna [Design of navigation systems as a direction of modern design]. Tsarskoyeskie chteniya, 2014. (In Russ.)
15. Ozhegov S.I. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka [Explanatory dictionary of the Russian language]. Moscow: AST, 2021. (In Russ.)
16. Pavlenko E.A., Pletnyova L.G. Modul'nye setki v poligraficheskikh izdaniyah [Modular grids in printed publications]. Komsomol'sk-na-Amure: AmGPGU, 2022. (In Russ.)
17. Smirnova M.A. Ponyatie tsvetovogo kruga [The concept of the color wheel]. St. Petersburg: DDD "Sovremennik", 2016. (In Russ.)
18. Ustin V.B. Kompozitsiya v dizayne [Composition in design]. Moscow: AST, 2007. (In Russ.)
19. Felichi Dzh. Tipografika: shrift, verstka, dizayn [Typography: font, layout, design]. St. Petersburg: BKhV-Peterburg, 2014. (In Russ.)
20. Creativebloq. Defining Your Design DNA. 2023. URL: <https://www.creativebloq.com>
21. Geeks for Geeks. Importance of Personalization in UI/UX Design. 2023. URL: <https://www.geeksforgeeks.org>
22. Muller-Brockmann J. Grid System in Graphic Design. Niggli Verlag, 1996.
23. Get Color: URL: <https://get-color.ru/code/004563>

Информация об авторах

Архипова Наталья Андреевна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры Игровой индустрии, ФГБОУ ВО «МИРЭА — Российский технологический университет», доцент кафедры «Журналистика», АНОВО «Московский международный университет», Москва, Россия.

e-mail: naarkhip@yandex.ru

Губанов Никита Сергеевич, студент бакалавр, кафедры «Журналистика», АНОВО «Московский международный университет», Москва, Россия.

e-mail: design2024mirea@gmail.com

Information about the author

Arkhipova Natalia Andreevna

PhD in Art History, Associate Professor, Department of Game Industry, MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia. Associate Professor, Department of Journalism, Moscow International University, Moscow, Russia.

e-mail: naarkhip@yandex.ru

Gubanov Nikita Sergeevich

Bachelor's Student, Department of Journalism, Moscow International University, Moscow, Russia.

e-mail: design2024mirea@gmail.com

Дата поступления статьи: 29.07.2025