

САЙТЫ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ ЧУВАШИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДИЗАЙН- И КОНТЕНТ-РЕШЕНИЙ РЕДАКЦИЙ

М. А. Ярадаев¹, А. Д. Гаврилов^{1,2}

¹Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары, Российская Федерация

²Чувашский государственный институт гуманитарных наук, г. Чебоксары, Российская Федерация

В статье рассматривается проблема цифровизации региональных традиционных СМИ, вызванная интенсивным развитием коммуникационной инфраструктуры интернета и все большей востребованностью сетевых платформ в качестве источников массовой информации. Актуальность исследования объясняется тем, что в регионах процессы цифровизации и медиаконвергенции сопряжены с рядом трудностей, обусловленных отсутствием релевантного опыта у сотрудников редакций классических газет и журналов, недостаточностью материальной базы и технических ресурсов для создания и поддержания сайтов и аккаунтов в соответствии с актуальными запросами интернет-пользователей, дефицитом IT-специалистов и др. Авторами статьи предпринят анализ особенностей наполнения и оформления официальных сайтов наиболее крупных печатных изданий Чувашской Республики. Материалом исследования послужили сайты газет: республиканских «Советская Чувашия» и «Хыпар» и городских «Чебоксарские новости» и «Грани». Хронологические рамки исследования – с мая 2024 г. по январь 2025 г. Своеобразие дизайн- и контент-решений, используемых каждой из редакций при ведении сайтов изданий, выявлено и охарактеризовано методами качественного анализа элементов интерфейса и их сравнительного анализа. Отмечается, что на удержание и привлечение внимания аудитории влияют факторы удобства поиска информации на сайте, интуитивно понятная навигация, жанровое разнообразие материалов, мультимедийное сопровождение публикаций, которые не в полной мере продуманы и реализованы на изучаемых сайтах. Авторами работы в качестве рекомендации по повышению востребованности сайтов печатных изданий Чувашии предложены конкретные практики, внедрение которых позволит улучшить позиции анализируемых СМИ в региональном медиaprостранстве.

Ключевые слова: медиадизайн, цифровизация традиционных СМИ, медиаконвергенция, сетевая версия печатного издания, сайт газеты.

Введение

Процессы цифровизации общества, характерные для первой четверти XXI века, являются своеобразным катализатором множества изменений, затронувших институт средств массовой информации. Наряду с постоянным развитием информационных технологий и появлением площадок новых медиа, среди периодических печатных изданий прослеживается сокращение тиража и снижение доходов от его реализации. Предпочтения современного человека постепенно смещаются в пользу быстрого и удобного формата мобильного медиапотребления. Тем не менее, печатные СМИ остаются востребованными источниками массовой информации за счет сформировавшихся репутации бренда изданий и базы постоянных читателей. Пытаясь конкурировать с новыми медиа, классические редакции внедряют в работу современные цифровые практики и адаптируют собственный контент под онлайн-пространство.

Проблема исследования обусловлена тем, что, несмотря на медиаконвергентный рывок печатных изданий, связанный с дистрибуцией контента по разным каналам (сайт, социальные сети, мессенджеры, хостинги и др.), далеко не все из них сегодня успешно работают в кросс-медийном формате. В процессе цифровизации печатные

СМИ сталкиваются с трудностями в создании привлекательного и функционального веб-контента, монетизации действующих платформ и привлечении новой аудитории. Поскольку ведение сайта является одной из базовых форм виртуального присутствия издания и самых предсказуемых для аудитории точек взаимодействия в цифровой среде, работа над ним становится для редакций приоритетной. Ситуация осложняется тем, что журналисты традиционных СМИ, особенно региональные, зачастую не обладают исчерпывающим набором компетенций для создания цифрового контента, который бы соответствовал растущим требованиям современного пользователя. В связи с этим у исследователей и практиков медиа возникает необходимость изучения актуальных практик редакций по наполнению сайтов изданий, способствующих или препятствующих привлечению и удержанию внимания потенциальных пользователей, и выработке предложений по их совершенствованию.

Цель настоящего исследования – выявить особенности наполнения и оформления официальных сайтов наиболее крупных печатных изданий Чувашской Республики и охарактеризовать своеобразие дизайн- и контент-решений, используемых каждой из редакций.

Эмпирической базой выступили сайты газет: республиканских (русскоязычной «Советской Чувашии» и чувашезычной «Хыпар» (Весть)) и городских (русскоязычных; г. Чебоксары – «Чебоксарские новости» и г. Новочебоксарск – «Грани»). Хронологические рамки исследования охватывают период включенного наблюдения за обновлениями на сайтах обсуждаемых изданий с мая 2024 г. по январь 2025 г.

Обзор литературы

Освоение цифровой среды редакциями печатных СМИ – предмет научного интереса большого числа как зарубежных [1–5], так и российских ученых. «Наиболее востребованными направлениями для анализа среди зарубежных теоретиков можно назвать медиаэкономику и особенности медиапотребления, среди российских ученых – стратегическое развитие прессы в условиях цифровизации, опирающееся на разбор конкретных кейсов», – подчеркивает медиаисследователь Т. В. Яковлева [6, с. 20]. Функционирование газет в условиях цифрового развития общества уже более 15 лет комплексно изучают представители факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова [7–9]. Кроме того, отдельные ученые фокусируются на поаспектном рассмотрении проблем: ставят вопрос о специфике типографики сетевых СМИ [10], определяют особенности верстки и дизайна интернет-версий печатных изданий [11] и др.

Региональный опыт цифровизации традиционных массмедиа постепенно также осмысливается [12–13], на обсуждение выносятся конкретные достижения, проблемы и угрозы [14]. В отличие от федеральных изданий, как отмечают А. В. Вырковский и М. И. Макеенко, «в региональных СМИ ниже качество мультимедийного контента, хуже сконструированы сайты, гораздо меньше доступного на цифровых платформах видео- и аудиоконтента собственного производства» [8, с. 48]. Редакции, в свою очередь, не до конца понимают, какой контент стоит тиражировать и кто выступает основным потребителем их интернет-продукции. В то же время мультимедийный потенциал сетевых ресурсов позволяет добиваться аудиторного охвата, кратное превышающего тираж и количество подписчиков печатного издания.

В Чувашской Республике проблема цифровизации локальных СМИ активно разрабатывается исследователями. Одним из пилотных изысканий является работа А. П. Данилова и М. Г. Даниловой «Пресса Чувашии в Интернете» (2015), в которой делается вывод, что «трансформация СМИ оборачивается кризисом для неадаптированных традиционных изданий, усилением новых медиа» [15, с. 314]. В последние годы представлены тренды, оценки и перспективы развития печатных СМИ республики в конце первого – начале второго десятилетия XXI века [16], установлены современ-

ные конвергентные практики, присущие редакционным коллективам региона [17], а также с помощью экспертного опроса получены профессиональные оценки изменений, происходящих внутри медиасистемы, сложившейся в Чувашии к 2020 г. [18]. Однако специальный анализ наполнения и оформления сайтов местных печатных СМИ проведен не был. Настоящее исследование призвано восполнить данную лакуну не только в теоретическом, но и в практическом плане – с целью выработки рекомендаций редакциям по совершенствованию их работы в веб-среде.

Методы исследования

Предпринятое исследование реализовано в два этапа. На первом применялся метод качественного анализа элементов интерфейса сайтов рассматриваемых печатных изданий, на втором – метод сравнительного анализа дизайн- и контент-решений, используемых редакциями при оформлении и наполнении сетевых ресурсов соответственно.

При проектировании исследования мы обращались к сервису «Вордстат» для получения количественных данных о востребованности сайтов – статистики запросов названий изданий в поисковой системе «Яндекс». По состоянию на 21 октября 2024 г. зафиксированы следующие показатели: «Советская Чувашия» – 2 237 запросов в месяц, «Хыпар» – 1 435, «Чебоксарские новости» – 1 390 и «Грани» – 2 032 запроса. Учитывая схожесть ресурсов в целевой направленности и информационной повестке, мы предположили, что, имея большую заинтересованность пользователей, сайты изданий «Советская Чувашия» и «Грани» более привлекательны для интернет-аудитории.

Результаты и дискуссия

Прежде чем перейти к изучению материала исследования, конкретизируем, что под «анализом дизайн- и контент-решений редакций» мы подразумеваем аудит реальных практик журналистов в наполнении и оформлении сайтов изданий.

Республиканская газета «Советская Чувашия». Сайт издания заметно выделяется на фоне остальных веб-страниц выбранных нами ресурсов. К его визуальным особенностям можно отнести сдержанный лаконичный дизайн и простоту интерфейса. Удобство последнего объясняется тем, что при переходе на сайт внимание пользователя фокусируется на блоке, содержащем фильтрацию новостей по разным тематикам: общество, политика, спорт и т. д. Каждый из пунктов содержит раскрывающийся список, что существенно упрощает поиск публикаций определенной нишевой направленности. Верстка не предьявляет особых требований к пользовательскому опыту, маршрутизация не вызывает затруднений у аудитории.

Жанровое разнообразие мультимедийных форм контента, в сравнении с конкурентами, велико. Из характерных медиапрактик – цифровая

афиша, визуализирующая информацию о ближайших культурных событиях, а также раздел «История в фотографиях» – рубрика-фотохроника, освещающая культурное наследие республики. Публикации в последнем сопровождаются исторической справкой и оцифрованными архивными фотографиями. Систематически обновляется рубрика «Смотрим кино», состоящая из аналитических материалов, обзоров и рецензий на продукты современной киноиндустрии. На сайте также доступны галерея фоторепортажей, каталог публикаций с видеосопровождением. В дополнение: «Советская Чувашия» на протяжении 7 лет регулярно занимается производством инфографики.

Стоит отметить подход редакции к формированию информационной повестки. Ее публикации, по сравнению с остальными изданиями, чаще имеют аналитический уклон, охватывая злободневные вопросы и более широкий событийный контекст. В целом редакции газет региона сосредоточены преимущественно на подготовке новостных материалов. Аналитический же компонент в медиатекстах данной газеты, в свою очередь, обеспечивает ее большим откликом аудитории и способствует формированию широкого круга читателей.

Республиканская газета «Хыпар». Ее сайт выступает в роли гибридной интернет-площадки с доступом к нескольким периодическим изданиям, выпускающимся издательским домом с одноименным названием «Хыпар». Здесь представлены материалы, опубликованные в таких изданиях, как газеты «Хыпар» (Весть), «Самраксен хаҫаҫ» (Молодежная газета), «Чӑваш хӗрарӑмӗ» (Чувашская женщина), «Кил-сӑрт, хушма хуҫалӑх» (Приусадебное хозяйство), «Хресчен сасси» (Голос крестьянина), журналы «Тӑван Атӑл» (Родная Волга), «Тантӑш» (Ровесник) и «Тетте» (Игрушка).

Навигация на сайте интуитивно понятна за счет продуманного меню «шапки»: несмотря на смешанный формат наполнения, выраженный в слиянии материалов нескольких газет и журналов в составе единого медиабренда, авторский контент изданий остается организованно структурированным. Помимо базового функционала, интерфейс сайта содержит такие блоки и поля, как опросы, комментарии, прогноз погоды и счетчик текущего трафика.

Медиа, объединяя на одной странице статьи из разных газет и журналов издательского дома «Хыпар», стремится охватить широкий спектр интересов аудитории, включая политическую, культурную и социальную тематики. Главная страница состоит в основном из новостных материалов и PDF-версий свежих номеров газет и журналов издательского дома.

Сайт издания, будучи ориентированным преимущественно на двуязычную региональную аудиторию, имеет две языковые версии – чуваш-

скую и русскую. Внимание журналистов «Хыпар» в немалой степени направлено на освещение этнокультурной тематики. Драйвером популяризации чувашского языка и культуры, сплочения этнокультурного сообщества и сохранения национального наследия выступают собственные проекты редакции. Среди них – «Аудиохаҫат» (аудиогазета), озвученные журналистами газеты выпуски «Хыпар» на чувашском языке. На сайте регулярно проводятся конкурсы поэзии, прозы, рисунков.

На наш взгляд, газеты и журналы, входящие в состав издательского дома, не получают должного освещения на сайте. В новостной ленте публикуется лишь часть материалов определенного издания, в то время как полные выпуски остаются пользователям недоступными. «Хыпар» размещает оцифрованную версию обложки нового номера, призывая читателей приобрести печатный выпуск. Между тем содержательно-тематическая направленность курируемых изданий остается нераскрытой за счет малого освещения на сайте. Подобный подход недостаточен для реализации потенциала издательского дома, крупнейшего в регионе и объединяющего пул этнических СМИ. Персонализация контента на основе материалов выпусков газет и журналов, входящих в бренд «Хыпар», использование журналистами разных мультимедийных форм подачи информации могли бы улучшить позиции издательского дома на местном медиарынке.

Чебоксарская городская газета «Чебоксарские новости». Верстка сайта исполнена в традиционном формате информационного портала, принцип организации блоков схож с сайтом «Советской Чувашии»: актуальные новости в роли первого смыслового элемента, вертикальная новостная лента, баннеры в боковой части страницы. Интерфейс прост и минималистичен, доступна специальная версия сайта, адаптированная под слабовидящих читателей. Несмотря на свою простоту, интерфейс не предусматривает возможности выбора и фильтрации публикаций по критерию тематической направленности.

Процесс медиапотребления выстраивается по принципу скроллинга «смешанной» ленты – без возможности сегментировать тематический контент исходя из своих интересов. Кроме того, заголовки материалов на сайте, как правило, недостаточно информативны, зачастую сформулированы с помощью метафористических приемов. Например, публикация под названием «С теплом души» посвящена деятельности волонтеров, а «Едиственный в Чувашии» – истории становления местного ботанического сада. Образная подача с ориентацией на чувственно-эмоциональное восприятие снижает эффективность заголовка как инструмента информирования. Кроме того, сайт не предусматривает возможности ознакомиться с подзаголовком или лидом в режиме скроллинга, вследствие чего оперативно определить тематику

и содержание публикации, находящейся в общей новостной ленте, без перехода на ее полнотекстовую версию, зачастую не представляется возможным.

Помимо архива публикаций, ставшего стандартной составляющей сайтов региональных СМИ, на главной странице присутствуют такие рубрики, как «Афиша» и «Спрашивали? Ответим!». Первая основана на анонсах грядущих городских мероприятий и досуговых активностей, вторая – на частичной интеграции пользовательского контента: сотрудники редакции дают содержательные ответы на поступающие от аудитории вопросы. Однако какое-либо аудиовизуальное сопровождение упомянутых разделов на сайте не предусмотрено. Тенденции новых медиа указывают на необходимость мультимедийной подачи информации и предполагают принципиально активную вовлеченность пользователей в процессы медиакommunikации. База читателей газеты «Чебоксарские новости» кратко превышает аудиторию параллельно анализируемых медиа: так, официальное сообщество издания в социальной сети «ВКонтакте» насчитывает 34 000 подписчиков. Учитывая это, подчеркнем, что усиление мультимедийной составляющей материалов сайта способно существенно повысить его привлекательность.

Новочебоксарская городская газета «Грани».

Сайт издания состоит из содержательного хедера (верхней части сайта, расположенной выше блока с основным контентом), вертикальной новостной ленты и баннерного раздела, занимающего около 40 % всего пространства.

На наш взгляд, структура сайта продумана недостаточно хорошо. Например, хедер содержит 39 кликабельных ссылок. Данное дизайн-решение в комплексе со множеством баннеров и рекламой в материалах создает информационную и визуальную перегруженность интерфейса. В процессе восприятия такого рода контента у пользователей активизируется «баннерная слепота». Как отмечают А. Н. Алфимцев и Ф. И. Хаев, опираясь на результаты своего исследования, «с возрастом баннерная слепота усиливается, причем нарастает она линейно. Это приводит к тому, что в среднем к 35–45 годам пользователи обучаются практически не воспринимать рекламу» [19, с. 76]. Таким образом, верстка, насыщенная большим количеством смысловых блоков, затрудняет навигацию на сайте и восприятие его контента в целом, повышая риски преждевременного ухода пользователей.

Издание «Грани» является городской газетой Новочебоксарска и потому в большей степени сосредоточено на местных информационных поводах. Помимо локально ориентированной повестки, на сайте можно встретить российские и мировые новости, первоисточником которых выступают федеральные СМИ и информагентства. Подход к написанию заголовков можно охарактеризовать как смешанный: новостная лента состоит из сти-

листически нейтральных и стилистически окрашенных заголовков. На сайте доступна галерея изображений, содержащая событийные фоторепортажи, раздел «Грани-ТВ», публикации в котором сопровождаются видеосюжетами. Авторский проект «Клубная жизнь» представлен разнообразным жанрово-тематическим комплексом: от статей, советов и подборок до рекламных интеграций в виде гостевого постинга.

Выводы

Проведенное исследование подтвердило, что значительная часть печатных изданий Чувашии сталкивается с трудностями при переходе к работе в цифровом формате. Это обусловлено тем, что редакции традиционных СМИ, многие годы занимающиеся только выпуском печатной продукции, не до конца понимают механизмы продвижения контента в сети и сценарии медиапотребления пользователей. Основу интернет-аудитории данных изданий составляют преимущественно постоянные читатели, лояльность которых сохраняется благодаря бренду СМИ, в то время как привлечение новой аудитории посредством конвергентных практик происходит фрагментарно.

На основе данных анализа мы сформулировали несколько рекомендаций по оформлению и наполнению сайтов рассмотренных изданий. Предлагаем набор практик, внедрение которых позволит улучшить позиции изданий в региональном медиапространстве.

1. Оптимизация внутренней навигации с учетом пользовательского опыта (UX) и тепловых карт поведения.

2. Упор на разнообразии контента с учетом реальных потребностей разных социально-демографических групп в составе аудитории изданий.

3. Публикация на сайте материалов принципиально новых форматов и жанров, таких как подборки, гайды, обзоры, чек-листы, проблемные статьи, мультимедийные лонгриды, карточки, подкасты, онлайн-трансляции мероприятий.

4. Систематическое обновление уже существующих рубрик.

5. Переработка рекламных блоков для нивелирования негативной реакции аудитории (возможно, переход к нативной рекламе и гостевым публикациям).

6. Акцент на мультимедийном сопровождении при раскрытии сложных и / или специфических тем (видео, иллюстрации и инфографика могут способствовать более глубокому погружению читателя в журналистский нарратив).

7. Техническая доработка отдельных разделов и модулей сайтов (например, часть изданий сопровождает свои публикации фотографиями низкого качества или разрешения. В конкретных случаях фотографии на сайтах сжимаются в режиме предпросмотра. На наш взгляд, данное явление является ограничением самих сайтов, вследствие чего

при публикации контента журналисты получают сжатое и некачественное изображение).

Перспектива дальнейшего рассмотрения проблемы нам видится в комплексном подходе к изучению цифровизации традиционных СМИ региона, включая анализ наполнения и оформления их аккаунтов в социальных медиа и методов дистрибуции готового контента в интернете.

Литература

1. LaRose, R. The Problem of Media Habits / R. LaRose // *Communication Theory*. – 2010. – Vol. 20. – P. 194–200.
2. Lin, C. A. Audience attributes, media supplementation and likely online service adoption / C. A. Lin // *Mass Communication & Society*. – 2001. – Vol. 4. – P. 19–38.
3. McMullan, J. A new understanding of “New Media”: Online platforms as digital mediums / J. McMullan // *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. – 2020. – Vol. 26. – № 2. – P. 287–301.
4. Nielsen, J. *Designing Web Usability* / J. Nielsen. – Indianapolis : New Riders Publishing, 2000. – 419 p.
5. Raeymaeckers, K. Research note: young people and patterns of time consumption in relation to print media / K. Raeymaeckers // *European Journal of Communication*. – 2002. – Vol. 17. – № 3. – P. 369–385.
6. Яковлева, Т. В. Газета в условиях цифровизации: компаративный анализ российских и зарубежных исследований / Т. В. Яковлева // *Меди@льманах*. – 2018. – № 6 (89). – С. 14–23.
7. Вартанова, Е. Л. Цифровой переход: от технологических к сущностным трансформациям медиа? / Е. Л. Вартанова // *Меди@льманах*. – 2024. – № 2 (121). – С. 8–15.
8. Вырковский, А. В. Конвергенция в российской ежедневной прессе: экономические особенности и перспективы / А. В. Вырковский, М. И. Макенко // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2012. – № 5. – С. 36–49.
9. Смирнова, О. В. Печатные медиа в эпоху цифровых технологий / О. В. Смирнова // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2013. – № 6. – С. 25–37.
10. Кузьмина, М. А. Типографика медиа: технические характеристики, сравнительный анализ UX/UI-дизайна сайта и полиграфической верстки (на примере русского издания *Esquire*) / М. А. Кузьмина // *Известия Тульского государственного университета. Технические науки*. – 2021. – № 3. – С. 272–276.
11. Беляев, А. А. Дизайн-модель Интернет-версии как результат трансформации модели печатного издания (на материале российских СМИ) / А. А. Беляев // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2008. – № 2. – С. 52–62.
12. Баранова, Е. А. Особенности перехода российской региональной прессы в цифру / Е. А. Баранова, Г. Г. Новоселова // *Litera*. – 2024. – № 1. – С. 166–181.
13. Новые технологии в практике журналистов российских региональных газет / А. В. Колесниченко, О. В. Смирнова, Л. Г. Свитич, Д. А. Фомина // *Меди@льманах*. – 2019. – № 5 (94). – С. 42–55.
14. Тулупов, В. В. Современная региональная пресса: достижения, проблемы и угрозы / В. В. Тулупов // *Вестник Академии медиаиндустрии*. – 2024. – № 1 (37). – С. 101–106.
15. Данилов, А. П. Пресса Чувашии в Интернете / А. П. Данилов, М. Г. Данилова // *Вестник Челябинского государственного университета*. – 2015. – № 5 (360). – С. 314–319.
16. Данилов, А. А. История развития техники и технологии современных печатных СМИ Чувашской Республики: тренды, оценки, перспективы / А. А. Данилов, А. П. Данилов // *Вестник Чувашского университета*. – 2017. – № 2. – С. 65–70.
17. Васильева, Л. А. Региональные издания Чувашии в условиях медиаконвергенции / Л. А. Васильева, Г. В. Хораськина, О. Р. Студенцов // *Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева*. – 2021. – № 1 (110). – С. 12–17.
18. Гаврилов, А. Д. Система средств массовой информации Чувашской Республики в условиях цифровизации общества / А. Д. Гаврилов // *Актуальные вопросы истории и культуры чувашского народа. Вып. 6. – Чебоксары : Чувашский государственный институт гуманитарных наук, 2022. – С. 127–156.*
19. Алфимцев, А. Н. Пути преодоления баннерной слепоты в веб-интерфейсах / А. Н. Алфимцев, Ф. И. Хае // *Вестник Московского государственного технического университета им. Н. Э. Баумана. Серия Приборостроение*. – 2014. – № 4 (97). – С. 70–79.

Ярадаев Максим Александрович – ассистент кафедры журналистики, Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова (Чебоксары), e-mail: yaradaev1@mail.ru. ORCID: 0009-0000-6194-5436

Гаврилов Артем Дмитриевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, научный сотрудник, Чувашский государственный институт гуманитарных наук (Чебоксары), e-mail: artmaster28@rambler.ru. ORCID: 0000-0001-6031-2725

Поступила в редакцию 2 октября 2025 г.

DOI: 10.14529/ssh260213

WEBSITES OF PRINT MEDIA IN CHUVASHIA: A COMPARATIVE ANALYSIS OF DESIGN AND CONTENT SOLUTIONS OF EDITORIAL OFFICES

M. A. Yaradaev¹, A. D. Gavrilov^{1,2}

¹Chuvash State University, Cheboksary, Russian Federation

²Chuvash State Institute of Humanities, Cheboksary, Russian Federation

This article examines the digitalization of regional traditional media driven by the intensive development of the Internet communication infrastructure and increasing demand for network platforms as media sources. This study is relevant because digitalization and media convergence processes in the regions face numerous challenges due to the lack of relevant experience among editorial teams of classic newspapers and magazines, insufficient material base and technical resources to create and maintain websites and accounts meeting the current requests of Internet users, shortages of IT specialists, etc. The authors of the article analyze the content and design features of the official websites of major print media in the Chuvash Republic, focusing on the republican newspapers *Sovetskaya Chuvashia* and *Khypar*, and the city newspapers *Cheboksary News* and *Grani*. The study covered a period from May 2024 to January 2025. The uniqueness of the design and content solutions used by each editorial team to maintain the websites of their publications was identified and characterized using the qualitative and comparative analysis of interface elements. The authors note that the factors of convenient searching for information on the website, for example intuitive navigation, a variety of genre materials, multimedia support for publications, are not fully developed and implemented on the studied websites. This affects the ability to attract and retain the audience. To address these issues, the authors recommend specific practices to increase the demand for print media websites in Chuvashia. If implemented, they can improve the position of the analyzed media in the regional media landscape.

Keywords: media design, digitalization of traditional media, media convergence, online version of print editions, newspaper website.

References

1. LaRose R. The Problem of Media Habits // *Communication Theory*. 2010. Vol. 20. P. 194–200.
2. Lin C.A. Audience attributes, media supplementation and likely online service adoption // *Mass Communication & Society*. 2001. Vol. 4. P. 19–38.
3. McMullan J. A new understanding of “New Media”: Online platforms as digital mediums // *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2020. Vol. 26. № 2. P. 287–301.
4. Nielsen J. *Designing Web Usability*. Indianapolis: New Riders Publishing, 2000. 419 p.
5. Raeymaeckers K. Research note: young people and patterns of time consumption in relation to print media // *European Journal of Communication*. 2002. Vol. 17. № 3. P. 369–385.
6. Yakovleva T.V. Gazeta v usloviyakh tsifrovizatsii: komparativnyy analiz rossiyskikh i zarubezhnykh issledovaniy [Newspaper in the Context of Digitalization: a Comparative Analysis of Russian and Foreign Studies] // *Medi@l'manakh*. 2018. № 6 (89). P. 14–23.
7. Vartanova YE.L. Tsifrovoy perekhod: ot tekhnologicheskikh k sushchnostnym transformatsiyam media? [Digital Transition: from Technological to Essential Transformations of Media?] // *Medi@l'manakh*. 2024. № 2 (121). P. 8–15.

8. Vyrkovskiy A.V., Makeyenko M.I. Konvergentsiya v rossiyskoy yezhednevnoy presse: ekonomicheskiye osobennosti i perspektivy [Convergence in the Russian Daily Press: Economic Features and Prospects] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 2012. № 5. P. 36–49.
9. Smirnova O.V. Pechatnyye media v epokhu tsifrovyykh tekhnologiy [Print Media in the Digital Age] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 2013. № 6. P. 25–37.
10. Kuz'mina M.A. Tipografika media: tekhnicheskiye kharakteristiki, sravnitel'nyy analiz UX/UI-dizayna sayta i poligraficheskoy verstki (na primere russkogo izdaniya Esquire) [Media Typography: Technical Characteristics, Comparative Analysis of UX/UI-design of the Website and Printing Layout (Using the Example of the Russian Edition of Esquire)] // *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Tekhnicheskiye nauki*. 2021. № 3. P. 272–276.
11. Belyayev A.A. Dizayn-model' Internet-versii kak rezul'tat transformatsii modeli pechatnogo izdaniya (na materiale rossiyskikh SMI) [The Design Model of the Internet Version as a Result of the Transformation of the Print Publication Model (Based on the Material of the Russian Media)] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*. 2008. № 2. P. 52–62.
12. Baranova Y.A., Novoselova G.G. Osobennosti perekhoda rossiyskoy regional'noy pressy v tsifru [Features of the Transition of the Russian Regional Press to Digital] // *Litera*. 2024. № 1. P. 166–181.
13. Novyye tekhnologii v praktike zhurnalistov rossiyskikh regional'nykh gazet [New Technologies in the Practice of Journalists of Russian Regional Newspapers] / A.V. Kolesnichenko, O.V. Smirnova, L.G. Svitich, D.A. Fomina // *Medi@l'manakh*. 2019. № 5 (94). P. 42–55.
14. Tulupov V.V. Sovremennaya regional'naya pressa: dostizheniya, problemy i ugrozy [Modern Regional Press: Achievements, Problems and Threats] // *Vestnik Akademii mediaindustrii*. 2024. № 1 (37). P. 101–106.
15. Danilov A.P., Danilova M.G. Pressa Chuvashii v Internetе [The Press of Chuvashia on the Internet] // *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2015. № 5 (360). P. 314–319.
16. Danilov A.A., Danilov A.P. Istoriya razvitiya tekhniki i tekhnologii sovremennykh pechatnykh SMI Chuvashskoy Respubliki: trendy, otsenki, perspektivy [History of the Development of Technology and Technology of Modern Print Media of the Chuvashia Republic: trends, assessments, prospects] // *Vestnik Chuvashskogo universiteta*. 2017. № 2. P. 65–70.
17. Vasil'yeva L.A., Khoras'kina G.V., Studentsov O.R. Regional'nyye izdaniya Chuvashii v usloviyakh mediakonvergentsii [Regional Publications of Chuvashia in the Context of Media Convergence] // *Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. I.Y. Yakovleva*. 2021. № 1 (110). P. 12–17.
18. Gavrilov A.D. Sistema sredstv massovoy informatsii Chuvashskoy Respubliki v usloviyakh tsifrovizatsii obshchestva [The System of Mass Media of the Chuvash Republic in the Context of Digitalization of Society] // *Aktual'nyye voprosy istorii i kul'tury chuvashskogo naroda*. Vyp. 6. Cheboksary: Chuvash State Institute of Humanities, 2022. P. 127–156.
19. Alfimtsev A.N., Khayet F.I. Puti preodoleniya bannernoy slepoty v veb-interfeysakh [Ways to Overcome Banner Blindness in Web Interfaces] // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. N.E. Bauman*. Seriya Priborostroyeniye. 2014. № 4 (97). P. 70–79.

Maxim A. Yaradaev – Teaching Assistant of the Department of Journalism, Chuvash State University (Cheboksary), e-mail: yaradaev1@mail.ru

Artem D. Gavrilov – Cand. Sc. (Philology), Associate Professor of the Department of Journalism, Chuvash State University, Researcher, Chuvash State Institute of Humanities (Cheboksary), e-mail: artmaster28@rambler.ru

Received October 2, 2025

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Ярадаев, М. А. Сайты печатных изданий Чувашии: сравнительный анализ дизайн- и контент-решений редакций / М. А. Ярадаев, А. Д. Гаврилов // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки»*. – 2026. – Т. 26, № 2. – С. 106–112. DOI: 10.14529/ssh260213

FOR CITATION

Yaradaev M. A., Gavrilov A. D. Websites of print media in Chuvashia: a comparative analysis of design and content solutions of editorial offices. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2026, vol. 26, no. 2, pp. 106–112. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh260213