

Монетизация внимания как фактор экономического поведения деятельности веб-порталов

Авторы научной статьи Gala P., Blair J., Lunde M. Utilizing «Формирование сообщений о выгодах и потерях для потребителей: макиавеллиевская перспектива» говорят, что маркетологи стремятся лучше понять потребителей по мере того, как они приобретают все большую покупательную способность. Мы исследуем роль оформления сообщений и его взаимосвязь с макиавеллистическими чертами характера, влияющими на отношение к рекламе магазина и намерение рекомендовать магазин. Основываясь на результатах двух исследований, мы пришли к выводу, что сообщения, оформленные в виде выигрыша, приводят к значительно более высокому уровню отношения к рекламе магазина и намерению рекомендовать его. Мы также обнаружили значительный взаимосвязанный эффект формирования сообщений и макиавеллизма на отношение потребителей к рекламе магазина и намерение рекомендовать магазин. Маркетологи могут сосредоточиться на стратегиях формирования сообщений, чтобы улучшить отношение к рекламе магазина и намерениям рекомендовать при достижении целей, поставленных их организацией. В нашем втором исследовании мы повторили основные эффекты, но эффект взаимодействия меняет направление для потребителей поколения Z, предполагая, что в некоторых случаях могут быть использованы другие стратегии формирования сообщений. [11]

Автор статьи «Сети совместного использования университетских цифровых медиа раскрывают структуру и динамику узнаваемости бренда в экономике внимания» Petersen A. M. говорит, что поскольку университеты конкурируют за узнаваемость, привлекая студентов и создавая научную репутацию, управление брендом высшего учебного заведения (ВУЗ) стало важной стратегической задачей. Однако наше понимание факторов, которые определяют структуру и динамику стратификации бренда в рамках региональных экосистем ВУЗ, ограничено. Вместо этого, наше наилучшее

приближение к оценке значимости бренда основано на широко распространенных рейтингах ИНЕ, в которых отсутствуют контекстуальные и реляционные характеристики для понимания моделей взаимодействия в быстро меняющейся экономике внимания и, в частности, того, как институциональные партнерства могут способствовать повышению значимости бренда за счет использования сетевых эффектов экосистемы. С этой целью здесь мы разрабатываем систему для измерения двух аспектов репутации бренда, а именно узнаваемости и ассоциативности, в соответствии с частотой появления статей в цифровых СМИ с официальным названием университета. Мы демонстрируем этот подход для 29 университетов Калифорнии и Техаса на основе 2 миллионов статей в СМИ, опубликованных в период с 2000 по 2020 год, и подтверждаем правильность нашего подхода, сопоставляя видимость университета в цифровых СМИ с рейтингами ARWU в Шанхае и ростом числа первокурсников. Поскольку примерно в 10% выборки статей представлен >1 университет, лонгитюдный анализ институционального взаимодействия показывает, в какой степени ассоциация с брендом стратифицируется в зависимости от региональной близости, специализации и престижа вуза. Интересно, что, несмотря на общую ценность, создаваемую совместным освещением в СМИ, частота публикаций в СМИ с участием нескольких университетов со временем снизилась, что мы объясняем сменой парадигмы в производстве медиаконтента после финансового кризиса 2007-08 годов и инфодемии COVID-19, а также повышением конкурентоспособности экономики внимания. Тематическая классификация заголовков статей в СМИ показывает, как специализированные учреждения могут стратегически управлять своим брендом, согласовывая создание контента с доминирующими темами в СМИ, чтобы повысить узнаваемость бренда за счет более широкого освещения социальных, технологических и экологических аспектов.[55]

Авторы статьи «Учимся любить тех, кто нравится, и ненавидеть: труд интернет-славы в новой экономике внимания» Mears A., Beauvais T. задаются

вопросом: как люди воспринимают известность в Интернете? Если когда-то публичность и репутация были тесно связаны, то в новой экономике внимания СМИ они могут быть разделены. Мы проиллюстрируем это на примере этнографии вирусности. Распространение вируса в социальных сетях может дестабилизировать ситуацию, учитывая проблемы чрезмерной видимости, краха контекста и комментариев с ненавистью от неизвестной аудитории. Тем не менее, многие люди стремятся к вирусности в Интернете, заявляя, что этот опыт доставляет удовольствие и даже вызывает привыкание. Объединяя классические теории девиантности и эмоций с научными и технологическими исследованиями, мы исследуем, как создатели контента учатся воспринимать виральность как эмоциональную отдачу, сродни наркотическому опьянению. С помощью иммерсивной этнографии и интервью с высокоэффективными создателями контента мы разрабатываем феноменологию виральности. Мы отслеживаем, как платформы обеспечивают эмоциональный опыт благодаря стратегическому предоставлению показателей, которые создатели учатся интерпретировать как приятные при взаимодействии друг с другом и со своими экранами. Документируя воплощенный и эмоциональный опыт работы в социальных сетях, мы показываем новый способ контроля за работой в эпоху платформ. [45]

Silva M. M. S. автор статьи, где он пишет, что в этой статье представлен обзор литературы, в которой рассматриваются проблемы, возникающие в современном цифровом мире, с особым акцентом на сложности цифровых платформ. Эти платформы часто работают в рамках бизнес-моделей, которые используют стратегии, считающиеся вредными, либо за счет чрезмерного привлечения внимания пользователей, либо за счет содействия неограниченному распространению вредоносного контента. В этом контексте существует настоятельная необходимость в осмыслении и разработке нормативно-правовой базы для создания более безопасной и справедливой онлайн-среды. Однако возникает важный вопрос: как крупные

технологические компании будут вводить ограничения на распространение контента, если такое взаимодействие является неотъемлемой частью их бизнес-моделей? В этом исследовании рассматриваются ключевые темы, включая экономику внимания и свободу выражения мнений, и предлагается критический анализ этих концепций в цифровой сфере. Кроме того, в нем анализируется законодательство Европейского союза, вступившее в силу с 2024 года, и дается нормативно-правовая оценка решения этих проблем. Анализ показывает социальные последствия экономики внимания и сложности, связанные с регулированием цифровых платформ. [61]

da Silva V. A. В. пишет, что цифровая эпоха произвела революцию практически во всех аспектах современной жизни, коренным образом изменив то, как мы общаемся, работаем, учимся и социализируемся. Внедрение новых цифровых технологий, таких как смартфоны, распространение мобильного интернета и повсеместное распространение платформ социальных сетей создали идеальную почву для укрепления экономики внимания — системы, в которой внимание становится основным ресурсом, приносящим прибыль. Гиперсвязь и цифровая зависимость изменяют поведение человека, формируя наше восприятие времени и меняя наши приоритеты. В этой диссертации исследуется взаимосвязь между искусством, дизайном и экономикой внимания, а также то, как цифровые платформы влияют на способы производства и самопрезентации. Проанализировав причины нашего современного состояния, я привожу мнения художников и авторов, которые указывают на преднамеренное использование времени и внимания, предполагая, что преднамеренное использование этих ресурсов является критическим сопротивлением экономике внимания. Наконец, я подробно описываю свою собственную художественную практику, в которой рассматриваются субъективные аспекты гиперсвязанности, уделяя особое внимание типографскому дизайну и текстовым выражениям в цифровом пространстве (и за его пределами). [26]

Broniatowski D. A. и другие авторы статьи пишут, что предполагается, что антивакцинальный контент и другие виды дезинформации получают большую прибыль, чем другие виды онлайн-контента. Мы проверяем эту гипотезу, применяя несколько новых и масштабируемых методов монетизации веб-сайтов к более чем 400 000 ссылкам, которыми делятся 261 страница в Facebook, выступающая против вакцинации, и 190 страниц в поддержку вакцинации. Вопреки ожиданиям, веб-сайты, продвигаемые на площадках, выступающих за вакцинацию, приносят больше пользы для привлечения внимания, чем сайты, продвигаемые на площадках, выступающих против вакцинации. Это является следствием того, насколько интенсивно монетизируются новостные сайты — площадки, выступающие за вакцинацию, публикуют больше ссылок на новости. Организации, занимающиеся проверкой фактов, оценивают новостные сайты, на которых размещаются материалы о вакцинации, как менее заслуживающие доверия, но мы не видим существенных различий в их стратегиях монетизации. Эти результаты подчеркивают необходимость интерпретации показателей монетизации в контексте более широкой «экономики внимания». [20]

Škembarević M., Jejić O., Đukić M. авторы статьи «Оценка доступности онлайн-государственных услуг в Сербии для пользователей с нарушениями зрения» пишут, что в эпоху цифровых технологий организации должны использовать онлайн-платформы как часть своей операционной деятельности. Веб-сайт служит визуальным отражением опыта организации, используя привлекательные элементы для привлечения внимания людей и поощрения взаимодействия. Однако такая стратегия разработки пользовательского интерфейса не подходит для людей с нарушениями зрения, и, следовательно, эти веб-сайты могут быть недоступны для них. В данной статье анализируются и изучаются принципы, стандарты и существующие правила обеспечения доступности. Основное внимание уделяется оценке этих практик при разработке веб-сайта электронного правительства Сербии в качестве примера. Были выявлены преимущества и ограничения

существующих практик, а также даны рекомендации по улучшению дизайна пользовательского интерфейса для повышения доступности веб-сайта, особенно для пользователей с нарушениями зрения.[63]

Karargyris A. и другие авторы статьи «Обсуждение и рекомендации семинара 2023 года» пишут, что семинар Gaze Meets ML (GMML) в NeurIPS направлен на объединение различных сообществ по машинному обучению для содействия исследованиям, которые используют визуальное внимание (eye gaze) для достижения синергии между человеческим вниманием/когнитивными способностями и разработкой и оценкой моделей машинного обучения. Для выполнения этой задачи на семинаре GMML 2023 года было проведено секционное заседание, на котором были обсуждены открытые проблемы. В ходе процесса отбора были определены три основные темы для секционных заседаний: наборы данных, сообщество, а также видение и действия на будущее. Выводы и тезисы обсуждения, сделанные на этом заседании, были собраны во время совещания и затем систематизированы и расширены после совещания для эффективного представления здесь. В следующих разделах подробно описана каждая тема. [38]

Piridi S. автор статьи «Проектирование человека–Передача функций ИИ: второй пилот в гибридных рабочих процессах» считает, что взаимодействие человека и искусственного интеллекта на предприятии зависит от критического момента перехода от автоматизированных систем к людям, принимающим решения. Эти моменты определяют успех гибридных рабочих процессов в различных отраслях, от финансовых услуг до государственных операций. Разработка этих интерфейсов требует тщательного учета технических, управленческих и организационных факторов. Эффективное внедрение поддерживает контекстуальную осведомленность во время переходных процессов, обеспечивает четкие механизмы подотчетности и создает циклы обратной связи, которые позволяют постоянно совершенствоваться. Организации, внедряющие

хорошо продуманные протоколы передачи данных, добиваются более высокого уровня внедрения, повышения качества принимаемых решений и более высокой отдачи от инвестиций по сравнению с теми, которые сосредоточены исключительно на автоматизации. Используя искусственный интеллект в качестве дополняющего партнера, а не замены, предприятия могут укрепить доверие, повысить эффективность и постоянно совершенствовать свои системы с помощью данных о реальном использовании, в конечном итоге создавая более устойчивые и эффективные гибридные рабочие процессы. [56]

Список использованной литературы

I. Нормативно-правовые материалы:

1. Гражданский кодекс РФ (Часть вторая)
2. Гражданский кодекс РФ (Часть первая)
3. Гражданский кодекс РФ (Часть четвертая)
4. Налоговый кодекс РФ (Часть первая и вторая)
5. Федеральный закон № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
6. Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных»
7. Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе»
8. Федеральный закон № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»
9. Федеральный закон № 63-ФЗ «Об электронной подписи»
10. Устав ООО «Бизнес Медия Холдинг»

II. Специальная литература

11. Gala P., Blair J., Lunde M. Utilizing gain and loss message framing for consumers: A Machiavellian perspective //Journal of Global Scholars of Marketing Science. – 2024. – Т. 34. – №. 3. – С. 305-324.
12. Ananthajothi K., David J., Kavin A. Cardiovascular disease prediction using patient history and real time monitoring //2024 2nd International

Conference on Intelligent Data Communication Technologies and Internet of Things (IDCIoT). – IEEE, 2024. – C. 1226-1233.

13. Ankita, Garg R. Some Observations on Social Media Mining tools for Health Applications //International Conference on Data Science and Applications. – Singapore : Springer Nature Singapore, 2023. – C. 97-109.

14. Antinyan A. et al. Pros and cons of digital access to healthcare services and healthcare utilization: a quasi-experiment //Frontiers in Behavioral Economics. – 2024. – T. 3. – C. 1458981.

15. Ayyalasomayajula K. R., Bremdal B. A. Recommendation System for Evolving Social Behavior Towards Green Energy Transition. – 2025.

16. Bedasur S. et al. Design and Deployment of Lightweight CNN-Based Secure Web Portal for Patient-Centric Remote Medical Diagnosis //2025 Global Conference on Information Technology and Communication Networks (GITCON). – IEEE, 2025. – C. 1-7.

17. Biswas A. et al. The role of Mahatma Gandhi National Rural Employment Guarantee Act on women empowerment in selected districts of West Bengal, India //SN Social Sciences. – 2024. – T. 4. – №. 2. – C. 55.

18. Boutros M. et al. The persistence of miscalibration //The Review of Financial Studies. – 2025. – C. hhaf070.

19. Boyce D. et al. What do you think caused your ALS? An analysis of the CDC national amyotrophic lateral sclerosis patient registry qualitative risk factor data using artificial intelligence and qualitative methodology //Amyotrophic Lateral Sclerosis and Frontotemporal Degeneration. – 2024. – T. 25. – №. 5-6. – C. 615-624.

20. Broniatowski D. A. et al. Measuring the monetization strategies of websites with application to pro-and anti-vaccine communities //Scientific reports. – 2023. – T. 13. – №. 1. – C. 15964.

21. Buddhadev M. Building trust online: A secure architecture for web portals.

22. Carreón G. G., Bucio P. M. A Generative AI-Based Chatbot for Administrative Student Services in Higher Education: Design, Implementation, and Usability Evaluation //International Conference on Advanced Research in Technologies, Information, Innovation and Sustainability. – Cham : Springer Nature Switzerland, 2025. – C. 152-160.

23. Chatterjee A. Use of Educational Technologies to Promote Gender Inclusivity in Classrooms //International Journal of Emerging Knowledge Studies. – 2024. – T. 3. – №. 9. – C. 578-582.

24. Chen Y. H., Germain C. A., Rorissa A. Web Usability Practice at ARL Academic Libraries //portal: Libraries and the Academy. – 2023. – T. 23. – №. 3. – C. 537-570.

25. Çupi D. Environmental issues addressed by new media //Environmental Debates in Albania: Media Discourse during the Post-Communist Period. – Cham : Springer Nature Switzerland, 2023. – C. 129-150.

26. da Silva V. A. B. Airplane Mode: Design and Disillusionment in the Attention Economy.

27. Di Caprio M. Financial Education Programs in Italy: A Critical Review and Analysis of Current Programs, Major Initiatives, and Case Studies on Children's Financial Knowledge, Gender Differences and Online Decision-Making Among Experts. – 2024.

28. Dolinski D., Grzyb T. Questvertising as a new format of interactive advertising //Frontiers in Communication. – 2025. – T. 10. – C. 1641657.

29. Dušanić-Gačić S., Milovanović M. Sensationalism's impact on media ethics //Јачање медијског кредибилитета кроз унапређење етичких стандарда. – C. 95.

30. Elsakaan N., Amroun K. A novel privacy-aware global infrastructure for ecological footprint calculator based on the Internet of things and blockchain: N. Elsakaan, K. Amroun //The Journal of Supercomputing. – 2024. – T. 80. – №. 7. – C. 9494-9531.

31. Fraczek T. M. et al. Automated Monitoring and Clinical Notifications of Patient State for Neuropsychiatric Neuromodulation Studies //2025 47th Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society (EMBC). – IEEE, 2025. – C. 1-7.

32. Gajić Đ., Vlainić N., Jakšić I. M. How partisan media exposure shaped party evaluations in the 2023 elections in Serbia //Politički život. – 2024. – №. 26. – C. 49-79.

33. Hayashi C. et al. A randomized controlled trial of mobile intervention using health support bubbles to prevent social frailty //npj Digital Medicine. – 2025. – T. 8. – №. 1. – C. 471.

34. Idris-Adeniyi K. M. et al. Contextualizing the new normal: Crop farmers' utilization of e-extension resources in Osun State, Nigeria //Tanzania Journal of Agricultural Sciences. – 2024. – T. 23. – №. 1. – C. 141-152.

35. Ismail N. S., Ismail S. A., Molok N. N. A. Pendekar Siber Portal: Empowering Malaysian Youth Through Cybersecurity Education //Advancement in ICT: Exploring Innovative Solutions (AdICT). – C. 39.

36. Jeon J. M. et al. Developing a novel mobile application for cognitive behavioral therapy for insomnia for people with schizophrenia: integration of wearable and environmental sleep sensors //Sleep and Breathing. – 2024. – T. 28. – №. 3. – C. 1491-1498.

37. Kaplan D. M. et al. Fabla: A voice-based ecological assessment method for securely collecting spoken responses to researcher questions //Behavior Research Methods. – 2025. – T. 57. – №. 9. – C. 257.

38. Karargyris A. et al. Discussion and recommendations from the 2023 //Gaze Meets Machine Learning Workshop. – PMLR, 2024. – C. 280-288.

39. Kaur A., Singh J., Kaur S. Automated framework for comprehensive usability analysis of healthcare websites using web parsing //Scientific Reports. – 2025. – T. 15. – №. 1. – C. 21834.

40. Krenn C. et al. Customization options in consumer health information materials on type-2 diabetes mellitus—an analysis of modifiable features in

different types of media //Frontiers in Public Health. – 2024. – T. 12. – C. 1252244.

41. Lea B. R., Yu D. User types and project involvement in role-based enterprise portal design //Issues in Information Systems. – 2024. – T. 25. – №. 2.

42. Lim S. S., Wang Y. Digitalisation of Family Life in China //Digital Parenting Burdens in China: Online Homework, Parent Chats and Punch-in Culture. – Emerald Publishing Limited, 2024. – C. 17-29.

43. López-De-Armentia J. WTDTool: Women's talent detection tool //2024 IEEE International Workshop on Sport, Technology and Research (STAR). – IEEE, 2024. – C. 144-149.

44. Mali S. et al. Study of Hostel Room Allocation Using Random Forest Algorithm //Proc. of the IEEE. – 2024. – C. 1-6.

45. Mears A., Beauvais T. Learning to like the likes and the hate: The labor of internet fame in the new attention economy //Social Problems. – 2025. – C. spaf028.

46. Noureldin M. et al. Profiles of web-based portal users with inflammatory bowel disease //Inflammatory bowel diseases. – 2024. – T. 30. – №. 1. – C. 83-89.

47. Noureldin M. et al. Profiles of web-based portal users with inflammatory bowel disease //Inflammatory bowel diseases. – 2024. – T. 30. – №. 1. – C. 83-89.

48. Nurrizqi A. Z. et al. User experience evaluation of the BPK RI portal: A combined UEQ and heuristic approach //2025 5th International Conference on Innovative Research in Applied Science, Engineering and Technology (IRASET). – IEEE, 2025. – C. 1-6.

49. Ojeda A., Valera J., Ravelo I. Structural model that determines the successful implementation of e-government //Issues in Information Systems. – 2024. – T. 25. – №. 3.

50. Ojomo O. T., Adigun O. T. An investigation to students' satisfaction with a university's web portal //International Research Journal of Science, Technology, Education, & Management (IRJSTEM). – 2024. – T. 4. – №. 4.

51. Okabayashi S. et al. Effectiveness of e-learning material on essential components of evidence-based medicine among laypersons: a randomized controlled trial //Health education research. – 2024. – T. 39. – №. 5. – C. 466-474.

52. Orozco Iguasnia F. E. et al. Web Usability: A Perception of University Students from the End User through Heuristic Evaluation //International Conference in Information Technology and Education. – Cham : Springer Nature Switzerland, 2025. – C. 470-478.

53. Osunade O., Adetimirin A. E., Asoro B. O. A Usability Review of Undergraduate Student Web Portals at University of Ibadan //University of Ibadan Journal of Science and Logics in ICT Research. – 2024. – T. 12. – №. 1. – C. 22-32.

54. Paz F. et al. Qualitative and quantitative approaches to conduct heuristic evaluations: a comparison study //International Conference on Human-Computer Interaction. – Cham : Springer Nature Switzerland, 2024. – C. 310-323.

55. Petersen A. M. University digital media co-occurrence networks reveal structure and dynamics of brand visibility in the attention economy //Humanities and Social Sciences Communications. – 2025. – T. 12. – №. 1. – C. 117.

56. Piridi S. Designing human–AI hand-offs: copilot in hybrid workflows // Journal of Computer Science and Technology Studies. – 2025. – T. 7. – №. 5. – C. 605-611.

57. Praštalo I. R. The Woman and the Feminine on the Web–A Comparative Analysis of Three Croatian Web Portals //Materia Postcoloniale/Postcolonial Matters 9. – C. 73.

58. Rante B. C. D. et al. Redesigning MyAneco Using Human-Computer Interaction Guidelines: A User-Centered Approach to Improving Usability and Accessibility //2025 9th International Artificial Intelligence and Data Processing Symposium (IDAP). – IEEE, 2025. – C. 1-7.

59. Romero B. et al. A Practical Approach for Novice Evaluators in Heuristic Evaluations: A Case Study Evaluating the Redesign in the Healthcare Domain.

60. Shokhirev M. N. et al. CheekAge: a next-generation buccal epigenetic aging clock associated with lifestyle and health //Geroscience. – 2024. – T. 46. – №. 3. – C. 3429-3443.

61. Silva M. M. S. At the digital crossroads: The attention economy, freedom of expression, and platform regulation—Challenges and prospects for solutions in the European Union //Comunicação e sociedade. – 2025. – №. Especial. – C. 137-150.

62. Simeon S., Waiganjo I. N. The development of an informative model for Namibian women in ICT careers //International Journal of Research and Innovation in Social Science. – 2024. – T. 8. – №. 10. – C. 641-646.

63. Škembarević M., Jejić O., Đukić M. Assessing Accessibility of Online Government Services in Serbia for Visually Impaired Users. – 2024.

64. Softić S. K. et al. Exploring student's learning experience with an e-learning platform //Ubiquity Proceedings. – 2024. – T. 4. – №. 1.

65. Sontakke R. et al. Web-based framework for the prediction of type 1 diabetes in youth using EHR's data //International Conference on Advances in Distributed Computing and Machine Learning. – Singapore: Springer Nature Singapore, 2024. – C. 445-454.

66. Tembo D. T. A user experience (UX) evaluation of adopted higher education institution library portals in Zambia: дис. – The University of Zambia, 2023.

67. Tomić Z., Stanković J., Stanković J. Z. Digitalization of agriculture public services in Serbia //Facta Universitatis, Series: Economics and Organization. – 2024. – C. 271-283.

68. Vorlíček M. et al. Gameful education: a study of Gamifiter application's role in promoting physical activity and active lifestyle //Smart Learning Environments. – 2024. – T. 11. – №. 1. – C. 64.

69. Waliszewská W. Typology of Czech consumers shopping on foreign e-shops. – 2024.

70. Wang V. X. et al. Framing COVID-19 reporting in the Macau Daily News using metaphors and gain/loss prospects: A war for collective gains // Humanities and Social Sciences Communications. – 2023. – Т. 10. – №. 1. – С. 482.

71. Бурдакова Ольга Павловна Цифровая трансформация – образовательный вызов современной российской семье // Царскосельские чтения. 2024. №. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-obrazovatelnyy-vyzov-sovremennoy-rossiyskoy-semie> (дата обращения: 27.05.2026).

72. Гончаров И. И. Проблемы и перспективы создания интернет портала как бизнеса в современных условиях // Индустриальная экономика. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-sozdaniya-internetportala-kak-biznesa-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 27.05.2026).

73. Дадаев Заур Абдужалильевич Новые масс-медиа как фактор формирования политических взглядов российской молодёжи // Коммуникология: электронный научный журнал. 2024. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-mass-media-kak-faktor-formirovaniya-politicheskikh-vzglyadov-rossiyskoy-molodyozhi> (дата обращения: 27.05.2026).

74. Елисеев М. В. Веб-сайт как бизнес: возможности и риски // Индустриальная экономика. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/veb-sayt-kak-biznes-vozmozhnosti-i-riski> (дата обращения: 27.05.2026).

75. М. В. Елисеев Стратегии и модели монетизации веб-сайта как бизнеса // ЕГИ. 2024. №2 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-i-modeli-monetizatsii-veb-sayta-kak-biznesa> (дата обращения: 27.05.2026).

76. Мирончев Михаил Михайлович Разработка функционала для оценки организациями уровня устойчивого развития // Экономические

исследования. 2025. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-funktsionala-dlya-otsenki-organizatsiyami-urovnya-ustoychivogo-razvitiya> (дата обращения: 27.05.2026).

77. Осипова Надежда Геннадьевна Социальное конструирование здоровья современной российской молодежи: основные векторы отечественного дискурса // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-konstruirovanie-zdorovya-sovremennoy-rossiyskoj-molodezhi-osnovnye-vektory-otchestvennogo-diskursa> (дата обращения: 27.05.2026).

78. Пономарев В. Г., Рабаданова Р. С., Зотова А. С. Формирование ИКТ-компетентности слушателей дистанционных программ дополнительного образования по основам веб-технологий // Отечественная и зарубежная педагогика. 2023. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-ikt-kompetentnosti-slushateley-distantcionnyh-programm-dopolnitelnogo-obrazovaniya-po-osnovam-veb-tehnologii> (дата обращения: 27.05.2026).

79. Симкалова Людмила Михайловна, Делицын Денис Алексеевич Выявление востребованности и ожиданий от создания веб-портала и мобильного приложения для информирования хозяйствующих субъектов по соблюдению ими обязательных требований санитарного законодательства // Здравоохранение РФ. 2025. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyyavlenie-vostrebovannosti-i-ozhidaniy-ot-sozdaniya-veb-portala-i-mobilnogo-prilozheniya-dlya-informirovaniya-hozyaustvuyuschih> (дата обращения: 27.05.2026).

80. Чапаев Набигуллах Мухтарович Цифровая трансформация предприятий России: анализ ожидаемых результатов // Индустриальная экономика. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-predpriyatij-rossii-analiz-ozhidaemyh-rezultatov> (дата обращения: 27.05.2026).

