

ОСОБЕННОСТИ РУБРИКАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯХ ЖУРНАЛОВ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ И АРХИТЕКТОРОВ

PECULIARITIES OF INFORMATION SPACE CATEGORIZATION IN ONLINE EDITIONS OF MAGAZINES FOR DESIGNERS AND ARCHITECTS

*E. Demidova
S. Argashokova*

Summary: The use of a large number of rubrics is extremely typical for professionally oriented sites, since the goal of the site's author is to convey a large amount of professionally oriented, well-classified information. In professionally oriented sites for teaching design and architecture, the text part is divided into logical clusters. The heading deepens the understanding of the structure of the site, the relative meaning of headings and their subsections, the place of each in the overall structure. In the information space under study, the dominant concept is "modern designer", "modern architect", which is represented in the texts by the large amount of subfields.

Keywords: professionally oriented, concept, subfield, design, architecture, heading, information space.

Демидова Евгения Владимировна

*к.ф.н., доцент, ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»
eva.demidova.85@list.ru*

Аргашокова Светлана Хазраильевна

*к.ф.н., доцент, ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»
argashokova78@mail.ru*

Аннотация: Использование большого количества рубрик чрезвычайно характерно для профессионально-ориентированных сайтов, так как целью автора сайта является передача большого объема профессионально-ориентированной, грамотно классифицированной информации. В текстах профессионально-ориентированных сайтов для обучения дизайну и архитектуре вербальная часть разделена на логические кластеры. Заголовок углубляет понимание структуры сайта, соотношение значения заголовков и их подразделов, место каждого заголовка в общей структуре. В изучаемом информационном пространстве доминантным являются концепты «современный дизайнер», «современный архитектор» которые представлены в текстах определенным количеством субполей.

Ключевые слова: профессионально-ориентированный, концепт, субполе, дизайн, архитектура, рубрикация, информационное пространство.

В рамках данного исследования мы ставим целью провести структурный анализ информационного пространства следующих профессионально-ориентированных сайтов для обучения дизайну и архитектуре: www.alistapart.com, www.awwwards.com, www.colourlovers.com, www.creativelive.com, www.csswinner.com, www.deadsign.ru, www.designshack.net, www.developer.apple.com, www.digest.mbltdev.ru, www.dribbble.com, www.getpocket.com, www.graphiclovedesign.tumblr.com, www.greatappstimeline.xyz, www.growth.supply, www.blog.marvelapp.com, www.mediaskunk.ru, www.sketch.ru [<https://tilda.education/articles-best-resources-for-web-designers>, с.2].

Важным шагом при анализе текстовой части учебного веб-сайта для дизайнеров и архитекторов является выделение логических кластеров в его структуре. При неграмотной организации структуры сайта, её запутанности, отсутствии перелинковки страниц, индексация страниц сайта роботами поисковых систем становится затрудненной [<https://www.web-patrol.net/audit-site-struktur.html>, с.2]. Текстовый анализ становится важной частью в процессах бизнес-аналитики, в рамках программ управления опытом, поскольку они ищут способы улучшить взаимодействие с клиентами, продуктами,

брендами [<https://skine.ru/articles/640133>, с. 3]. Этот анализ имеет практическое и теоретическое значение и в нашем исследовании.

Пользователи в наши дни страдают от перенасыщения сознания данными из разных информационных источников. Обработка большого объема данных для получения реального восприятия в более короткие сроки неэффективна без технологических достижений. Методы интеллектуального анализа текста и текстовой аналитики способствуют сортировке лишних данных за более короткий срок и приобретению ценной информации для получения эффективных результатов в режиме повседневной жизни. Чаще всего профессионально-ориентированный сайт имеет иерархическую структуру, когда главная страница ссылается на разделы, подразделы. Мы наблюдаем, что наибольший вес имеет главная страница, затем разделы и подразделы.

Часто наиболее важны страницы с коммерческими предложениями, которые, как правило, не выводятся в поиске. В этом случае разработчик сайта для обучения дизайну и архитектуре использует такой прием как перелинковка страниц. Грамотная перелинковка равномер-

но распределяет вес сайта по всем страницам, а также повышает удобство использования этого веб-ресурса [https://www.web-patrol.net/audit-site-struktur.html, с.3].

Очевидным является факт, что структура исследуемых нами сайтов рубрицирована. Использование большого количества рубрик чрезвычайно характерно для профессионально-ориентированных сайтов, так как целью автора сайта является передача большого объема профессионально-ориентированной информации, которая должна быть грамотно классифицирована.

Для того чтобы оценить роль рубрик в грамотной подаче и осмыслении профессионально-ориентированной информации на сайте, рассмотрим подробнее понятие рубрики.

Рубриками называют заголовки частей издания (заглавия произведений, внутренние заголовки их подразделов, заголовки элементов аппарата), а также сами выделенные заголовками части (главы, параграфы). Рубрикация, соответственно, – это система заголовков издания и возглавляемых ими подразделов (рубрик), выражающая логическую или иную связь и соподчиненность обозначаемых ими частей текста (произведений, разделов, глав, параграфов) [https://orfogrammka.ru/OGL03/70091331.html, с.1].

Одна из рубрик сайта www.awwwards.com посвящена теме развития компаний. Данная рубрика содержит информацию о сроках проведения курсов повышения квалификации, объеме изучаемой информации, графике работы и сертификатах повышения квалификации. Но заголовки и подзаголовки содержат лишь ключевую информацию, не содержащую детали, факты, цифры, статистику. Например:

Professional Directory

Be in our professional Directory, the first place companies come to find employees in the digital design industry.

Благодаря различным графическим приемам структуризации информации (разному расположению заголовков относительно текста), рисунку, начертанию и размеру шрифта), заголовки вступают между собой в своеобразные отношения: «старший, младший, подчиненный». Некоторые заголовки и подразделы равны по значимости. Для начала рассмотрим заголовок на первой веб-странице профессионального сайта для дизайнеров Awwwards:

NOMINEES COOL SITES!

Vote for the latest websites on awwwards

В данном отрывке текста мы наблюдаем присутствие двух заголовков, которые находятся в отношениях «старший, младший». Старший заголовок предопределяет основную тему: «голосование за лучший сайт»; на гра-

фическом уровне он выделен более крупным, жирным шрифтом другого регистра. Младший заголовок продолжает эту тему; чтобы подчеркнуть его второстепенное значение, автор использует шрифт другого регистра, меньший по размеру. Это помогает посетителю сайта с уверенностью ориентироваться в структуре и композиции сайта и его разделов. Читатель воспринимает соотносительное значение каждого заголовка и его подраздела и выделяет необходимую для себя информацию.

Это позволяет сделать нам вывод, что рубрикация – это такая система заголовков, в которой заголовки разной значимости занимают разные ступени, а заголовки одной значимости стоят на одной ступени.

Структура сайта содержит следующие основные разделы рубрикации: главная страница и логотип. На главной странице всегда присутствует **фонное изображение**: фотография, видео, иллюстрация, цвет или градиент, иллюстрирующие то, что клиент получит в результате. **Кликабельный логотип** – это важный компонент для перехода в начало главной страницы. В шапке сайта автор размещает меню, контакты, поле для поиска, выбора языка или города. Фильтры и сортировка также является важным элементом структуры сайта. Возможность фильтровать и сортировать услуги и информацию на сайте (по аналогии с интернет-товарами в интернет-магазине) облегчает посетителю поиск необходимой информации.

Еще одним значимым разделом является меню, поскольку оно содержит все основные разделы сайта, которые могут пригодиться посетителю. Оно располагается вверху страницы, в левой части экрана или в футере и доступно на главной странице. В этом блоке мы наблюдаем, как происходит производство и доставка продукта, создание компании.

Анализируя содержание информации на веб-сайте, мы можем характеризовать ее как «преимущества» (все, что делает продукт или услугу неповторимыми). В этом разделе чаще всего используются короткие тексты, сопровождающиеся иконками, иллюстрациями и фотографиями. Текст содержит факты, доказательства и примеры того, чем автор текста отличается от конкурентов, почему продукт нужно купить именно у этого производителя.

Автор приводит в тексте определенные сценарии использования и пользы (методы использования товара или услугой, сопровождающиеся картинками, видео, схемами, постами клиентов из соцсетей). Акцент в данном тексте автор расставляет на выгоде и пользе для клиента.

Факты с цифрами в данных текстах легко воспринимаются адресатом сообщения и привлекают внимание.

Как правило, используется 3–5 фактов в цифрах и краткое пояснение к ним. Кейсы и портфолио отражают истории компаний или клиентов, которые добились успеха с помощью вашего продукта, подробные рассказы о помощи разным клиентам, задачах, фотографии «до и после». Форма для сбора данных представляет собой определенный способ рубрикации информации и необходима, чтобы собирать лиды (заинтересованного человека или компанию).

Блок обычно состоит из заголовка, подзаголовка и формы, или только из заголовка и кнопки. Например: «Thanks for subscribe».

На сайте часто присутствуют блоги ведущих мировых дизайнеров и архитекторов, публикации которых содержат интересные и полезные статьи по профессиональной тематике, это дает возможность показать компанию как эксперта в профессиональной области и привлечь внимание целевой аудитории. Размещая новости компании, автор показывает аудитории жизнь компании: ее активность, процессы, интересные события.

В качестве полезных материалов автор предлагает посетителю обучающее видео, статью или файл с инструкцией. Согласно психологии восприятия, больше доверяют тем, кто не боится делиться своим опытом и знаниями. Поэтому разработчик сайта к материалам добавляет кнопки соцсетей для распространения дальнейшей информации и профессионально-ориентированная информация становится более общедоступной.

Также автор выделяет рубрику для обратной связи: адрес, email, телефон или карта с инструкцией, как добраться. Блок отделяет текст от нижнего края экрана. В нем собраны все значимые разделы сайта, важные для поисковой оптимизации. Тут можно разместить контакты, ссылки на соцсети или кнопки «поделиться», юридическую информацию и публичную оферту. В футере присутствует функция подписки на рассылку [<https://www.nic.ru/info/blog/site-design/>, с.4].

Заголовки на сайте организуют, направляют и облегчают чтение. Они прерывают текстовую информацию. Посетитель сайта невольно остановится, чтобы осмыслить прочитанное, представляющее собой законченное целое. Заголовок предупреждает о теме последующего текста. Он членит текст, так как помогает прерывать чтение на графически фиксированном месте и осмыслить прочитанное, а также создать благоприятные условия для поиска выборочного материала. Заголовок углубляет понимание структуры сайта, соотносительное значение заголовков и их подразделов, место каждого в общей структуре.

Заголовки делят на виды:

- по степени содержательности, составу и форме

заголовка;

- месту заголовка на полосе и относительно текста;
- взаимодействию заголовка с текстом;
- характеру части текста, которую заголовок возглавляет.

Например:

Hire the world's top creative talent.
Connect with a community of millions of top-rated designers & agencies around the world.
 Start hiring today

Все три заголовка взаимодействуют с последующим текстом посредством частичного краткого содержания информации из текста в заголовке. Место заголовков на полосе и относительно текста – посередине страницы. Размер заголовков идет на уменьшение.

В данном отрывке текста мы наблюдаем присутствие трех заголовков. Все три заголовка оформлены разными шрифтами и разного размера. Самый важный заголовок оформлен жирным шрифтом другого регистра и самого крупного размера.

Разделы и категории сайта (то есть организацию логической структуры) автор формирует после определения целей для сайта. Смысловое содержание рубрик изучаемого типа веб-сайта делится на несколько видов:

- образовательные товары и услуги (поисковые системы различают интернет-магазины и коммерческие сайты, поэтому товары можно отнести к отдельному виду контента). В свою очередь товары различаются по брендам, маркам, типу, цене;
- текстовая информация, доступная только для чтения. Сюда входят статьи, обзоры, описания, рецензии, инструкции, комментарии экспертов в сфере дизайна и архитектуры;
- фактическая информация (таблицы, формы, цифры). В основном это описания технических характеристик объектов, пространств, базы данных клиентов;
- мультимедиа (видео, фото, аудио, графика, флэш, анимация);
- смешанный контент. Например, одна страница может содержать видеоролик (мультимедиа), его фактическую информацию (длительность, размер), описание и рецензии (положительные и отрицательные отзывы) пользователей.

Основная задача автора в работе над текстом – разделить будущий (или уже существующий) контент по типам и видам. Разработку структуры сайта автор всегда начинает с главной страницы, затем переходит к основным разделам и добавляет категории.

Например, в категорию «Iceland University of the

Arts» можно писать материалы, которые будут относиться только к данному университету. А вот в категорию «University of Arts» можно публиковать множество других статей относящихся к университетам искусств, включая и в том числе «Iceland University of the Arts».

Мы заметили, что для каждого типа контента автор использует отдельный модуль, что приносит ему определенные преимущества:

1. URL модуля служит ссылкой на раздел;
2. Каждый раздел (модуль) представляет собой уникальный вид материалов;
3. Автор составляет уникальное семантическое ядро под каждый модуль;
4. Модули выполняют совершенно разные функции, но в то же время автор учитывает интересы всего сайта в целом.

Создавая разделы и категории в тексте, автор приступает к рубрикации в панели управления сайта, но в процессе внутренней оптимизации он меняет названия категорий и включает в них ключевые слова.

Для того чтобы добиться максимально законченной внешней и внутренней структуры сайта, автор располагает видимые блоки на страницах сайта и создает связку страниц и разделов по средствам навигационного меню и внутренней перелинковки страниц [<https://mortwood.by/mirovye-novosti/rubrikatsiya>, с.1].

Информация в основных блоках на сайте является профессионально-ориентированной. В изучаемом информационном пространстве доминантным является концепт «современный дизайнер».

Концепт «современный дизайнер» представлен в текстах следующими субполями:

- личностные качества дизайнера (представлены лексемами to be socially-aware, positive, adaptable, combination of good listening, ability to take criticism, artistic talent, problem-solving skills, and patience), как в данном тексте:

A designer must be able to adapt to any situation in order to keep the project moving forward in a positive direction. This trait is a combination of good listening, ability to take criticism, artistic talent, problem-solving skills, and patience. These 6 traits are what makes a designer stand out amongst the crowd [<https://www.ocreations.com/6-qualities-of-a-great-graphic-designer/#>, с. 4].

В вышеприведенном тексте присутствует субполе «образование» (субполе концепта «Дизайнер»), представленное лексемами new radical, responsive, and revolutionary types of education.

6 Qualities of a Great Graphic Designer

В тексте автор выделяет ключевые субполя концепта «Дизайнер», выделяя их в отдельные пункты графически, нумеруя их и приводя подробное толкование каждого субполя:

When looking for help from a designer, it is important to know the person you are working with will go above and beyond your needs and expectations. Here are 6 qualities you should look for in a graphic designer.

1. Good Listener

A graphic designer should listen to your needs. When they listen, they should really understand your goals and vision. The more questions a designer has, the more notes they take, and the more of an effort they make to understand how to create a great solution, the better listener they are.

2. Able to Take Criticism

The design process is not usually a quick and easy path. A design can go through multiple rounds of revisions before coming to a finalized project. Because a project may have an entire team of clients, a designer may need to take feedback from multiple people, multiple times. It is important that a designer not only can take criticism, but can also take it in a positive way.

3. Naturally Artistic

A designer usually has natural, artistic talent. They can take ideas in their mind and visually present them in an appealing way. Designers have excellent spatial awareness as well as an eye for color schemes. Not only do designers know what looks good, they also know what does not look good.

4. Problem-Solving Skills

When looking for a designer, you are also looking for a problem solver – someone who can find a solution to your design needs. When you come to a designer, you are looking for a solution. A designer should be able to come up with at least one solution, if not, multiple solutions for you to decide what the best path is to take.

5. Patience

A designer must have patience in order to maintain a positive relationship with a client. When you work with a designer, your needs are most important, and when a project gets complex, it is very important that you find someone who can calmly make changes and put the success of the end result as a top priority, no matter how difficult the road to the finish line may be.

6. Adaptable to Any Situation

From technical difficulties to miscommunications, and from strict deadlines to keeping a client satisfied, there are

endless possible problems and situations that can arise when a project is in the works. A designer must be able to adapt to any situation in order to keep the project moving forward in a positive direction. This trait is a combination of good listening, ability to take criticism, artistic talent, problem-solving skills, and patience.

These 6 traits are what makes a designer stand out amongst the crowd. When a designer possesses these traits, you know your finalized product will meet and exceed your expectations. At ocreations, we emulate these qualities in every project we work on in order to maintain our reputation and continue to uphold great relationships with our clients [Christian Zagarskas, c.25].

Согласно источнику «Oxford Languages», понятие designer определяют как: «a person who plans the look or workings of something prior to it being made, by preparing drawings or plans».

Исходя из синонимичного ряда понятия designer: creator, deviser, producer, inventor и т.д. в текстах мы встречаем синонимичные для понятия «designer» лексемы originator, planner, author, artificer, fabricator, maker, fashioner, architect, engineer, builder, couturier, fashion designer, tailor, costumier, dressmaker.

Прилагательное designer, частотное в обучающих текстах, производно от лексемы design, made or designed by a famous and prestigious fashion designer artificially created or modified (especially by genetic engineering) to have a particular appearance, function, or composition (например: «designer clothes» является частотной лексемой в профессионального дискурса дизайнеров) [https://en.wikipedia.org/wiki/Designer, c.1].

Википедия дает следующее определение понятия designer: «A designer is a person who plans the form or structure of something before it is made, by preparing drawings or plans. In practice, anyone who creates tangible or intangible objects, products, processes, laws, games, graphics, services, or experiences can be referred to as a designer».

В сравнении с понятием «дизайнер», понятие профессии «архитектор» имеет свои отличия вербальных характеристик. Вербальные характеристики профессии архитектора collective and collaborative nature of «architectures» – rather than singular architecture; critical processes of enquiry, vehicles for raising social awareness, tools for imagining and advancing agendas of social justice, and as collaborative projects aimed at living together harmoniously.

Подводя итоги нашего исследования, обобщим их тезисно:

- использование большого количества рубрик чрезвычайно характерно для профессионально-ориентированных сайтов, так как целью автора сайта является передача большого объема профессионально-ориентированной, грамотно классифицированной информации;
- в профессионально-ориентированных сайтах для обучения дизайну и архитектуре текстовая часть разделена на логические кластеры; - заголовок углубляет понимание структуры сайта, соотношение значения заголовков и их подразделов, место каждого в общей структуре;
- в изучаемом информационном пространстве доминантным являются концепты «современный дизайнер», «современный архитектор» которые представлены в текстах определенным количеством субполей.

ЛИТЕРАТУРА

1. By Christian Zagarskas | October 6th, 2017
2. <https://en.wikipedia.org/wiki/Designer>
3. <https://www.o creations.com/6-qualities-of-a-great-graphic-designer/#>
4. <https://orfogrammka.ru/OGL03/70091331.html>
5. <https://skine.ru/articles/640133/>
6. <https://tilda.education/articles-best-resources-for-web-designers>
7. <https://www.web-patrol.net/audit-site-struktur.html>
8. <https://www.web-patrol.net/audit-site-struktur.html>

© Демидова Евгения Владимировна (eva.demidova.85@list.ru), Аргашокова Светлана Хазраильевна (argashokova78@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»