

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2021.27.3.10>**ОСОБЕННОСТИ РУБРИКАЦИИ ИНФОРМАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ
ТЕКСТАХ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ДИЗАЙНУ**

Научная статья

Демидова Е.В. *

ORCID: 0000-0002-0077-4837,

Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Россия

* Корреспондирующий автор (eva.demidova.85[at]list.ru)

Аннотация

Текстовая часть профессионального тематического сайта для обучения дизайну multifunctional, информативна, структурирована, поэтому представляет собой научный интерес. Профессионально-ориентированный текст имеет лексическую, логическую и грамматическую основы, определенным образом организованные с целью передачи информации.

Функционирование языка на веб-странице обусловлено принципом гипертекста, который призван упростить процесс доступа к данным и как следствие, обеспечить успешную профессиональную коммуникацию. Он дает веб-сайту удобство и логичное структурирование контента, полезные функции для пользователя, включение мультимедийных элементов для контента. В структуре профессионального сайта для дизайнеров, мы наблюдаем следующие информационные блоки: текстовый контент, информация на верхней и нижней страницах сайта; призывы к действию; всплывающие окна на сайте; объявления о работе с сайтом; инфоблоки на карточках товаров; блоки в боковой панели сайта.

Авторы текстовой части веб-сайта посредством профессиональной лексики вербализуют следующие концепты профессиональной реальности дизайнера: «Преимущества в работе дизайнера», «Недостатки в работе дизайнера», «Направления дизайна», «Обязанности дизайнера», «Компетенции дизайнера», «Личностные качества дизайнера», «Уровни профессиональной подготовки», «Творчество».

Ключевые слова: веб-дизайн, гипертекст, профессиональная коммуникация, диалогичность, динамичность, профессиональная компетенция.

**ASPECTS OF INFORMATION CATEGORIZATION IN PROFESSIONALLY-ORIENTED TEXTS FOR
TEACHING DESIGN**

Research article

Demidova E.V. *

ORCID: 0000-0002-0077-4837,

Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia

* Corresponding author (eva.demidova.85[at]list.ru)

Abstract

The text section of a professional thematic website for teaching design is multifunctional, informative, structured, and therefore presents scientific interest. A professionally-oriented text has a lexical, logical and grammatical basis organized in a certain way for the purpose of transmitting information.

The functioning of the language on a web page is determined by the principle of hypertext, which is designed to simplify the process of accessing data and, as a result, to ensure successful professional communication. It gives the website the convenience and logical structuring of content along with useful user functions and the inclusion of multimedia elements for displaying content. In the structure of a professional website for designers, the following information blocks are observed: text content, information on the top and bottom pages of the site; calls to action; pop-ups; ads for working with the site; information blocks on product cards; blocks in the sidebar of the site.

Through using professional vocabulary, the authors of the text section of the site verbalize the following concepts professional reality of the designer: "the benefits of the work of the designer", "the shortcomings in the work of the designer", "design direction", "the duties of the designer", "the competence of the designer", "personality of the designer", "levels of professional training," "creativity".

Keywords: web design, hypertext, professional communication, dialogics, dynamics, professional competence.

Введение

В сети интернет среди множества разнообразных веб-сайтов присутствуют и профессионально-ориентированные сайты, созданные для обучения профессии, обмена опытом и повышения квалификации.

В современное время, в связи с увеличением спроса на представителей в сети, растет спрос и на качественный дизайн сайтов. Также увеличивается количество веб-дизайнеров, вовлеченных в эту работу. Веб-дизайн – это вид графического дизайна, который направлен на разработку и оформление объектов информационной среды, призванный обеспечить им высокие потребительские и эстетические свойства. Основным объектом для работы веб-дизайнера является веб-сайт. Таким образом, веб-сайт может служить как средством передачи профессиональной информации, так и результатом профессиональной работы дизайнера. Основную смысловую нагрузку несет текст веб-сайта.

Специалисты выделяют несколько типов веб-дизайна: текстовый дизайн, полиграфический дизайн, интерфейсный дизайн, динамический дизайн, смешанный дизайн [28, С.1].

Текстовая часть профессионального тематического сайта для обучения дизайна многофункциональна, информативна, структурирована, поэтому представляет собой научный интерес. Профессионально-ориентированный текст имеет лексическую, логическую и грамматическую основы, определенным образом организованные с целью передачи информации.

Итак, мы предпринимаем попытку проанализировать структуру информационного пространства англоязычного веб-сайта для профессионального обучения дизайну, взаимодействие определенных информационных блоков в нем, принципы рубрикации информации, механизмы передачи и восприятия профессионального знания в тексте. Определим понятие **веб-сайт**. Веб-сайт (*website*: *web* – «паутина, сеть» и *site* – «место, сегмент, часть в сети») определяют как одну или несколько логически связанных между собой веб-страниц [2, С. 3]. Сайт – это информационная единица в интернете, ресурс из веб-страниц, которые объединены общей темой и связаны с помощью ссылок. Веб-сайт есть совокупность документов с **гипертекстовой информацией**, доступной в Интернете [4, С. 4], [5, С. 12].

Поэтому **веб-дизайн** – это процесс создания сайтов, состоящий из технической разработки, создания удобной структуры веб-страницы, графического оформления и передачи информации в сеть. Специалист по веб-дизайну разрабатывает макет, работает над графикой сайта и его интерфейсом. Основные элементы работы в процессе создания дизайна веб-сайта – это графическое редактирование, колористика и типографика [5, С. 12]. Веб-дизайнер – это человек, обладающий художественным вкусом и знаниями интернет-технологий. Он превращает идею заказчика в визуально привлекательный дизайн, а именно создает макеты, строит интерфейс и разрабатывает определенный сценарий коммуникации клиента с сайтом.

Обзор литературы

В работе над веб-страницей веб-дизайна идет многоуровневая работа над лингвистическими аспектами текста [6, С. 12]. Актуальность данной статьи обусловлена тем, что коммуникация с пользователем профессионально-ориентированного сайта требует тщательного изучения. Роль текста в веб-дизайне является ключевой, так как грамотность текста обеспечивает читабельность сайта [7, С. 6]. Помимо информационного наполнения текст сайта обладает также графическими возможностями для формирования эстетического восприятия веб-сайта [20, С. 2], [19, С. 2].

Крепкая связь между веб-сайтом и пользователем помогает ему впоследствии в достижении поставленных целей [4, С. 5]. Профессионально-ориентированные веб-сайты предназначены для деловой коммуникации (извлечения необходимого профессионального знания и достижения определенных задач в профессиональном сообществе) [12, С. 94], [6, С. 10]. Участники сообщества понимают, что обмен знаниями – это необходимое условие для развития успешной деятельности. Основную коммуникативную функцию на веб-странице выполняет текст [7, С. 6].

Профессиональная коммуникация, которая осуществляется посредством веб-сайта, является неременным условием эффективного взаимодействия и обмена профессиональным опытом. Она играет роль определенного посредника между дизайнером, его коллегами и создателем сайта [16, С. 1].

Б.Ю. Городецкий считает, что на пространстве веб-страницы осуществляется концептуализация знаний ее пользователем. В процессе прочтения текста пользователь извлекает из текста некоторую совокупность знаний и перерабатывает, осмысливает и вербализует, где категория знания является ключевой, объединяющей эти два процесса [5, С. 1]. Их успешность характеризует удачную коммуникацию, а «затрудненное понимание» [9, С. 3], влечет за собой коммуникативную неудачу. В ряде лингвистических исследований «коммуникативный дискомфорт» (определение Е.М. Мартыновой) [8, С. 33], [5, С. 32] рассматривается в связи с личностными характеристиками коммуникантов, обстоятельствами общения, трудностями достижения коммуникативных целей, нарушением принципа коммуникативной контактности.

Многие исследователи языка (Б. Ю. Городецкий, И. М. Кобозева, И. Г. Сабурова) считают, что функционирование языка на веб-странице в процессе подготовленной письменной дистантной коммуникации в сети Интернет обусловлено принципом гипертекста, основой технологии существования Сети [5, С. 32]. На пространстве веб-страницы существуют основной линейный текст и высказывания-микротексты (гиперссылки).

Гиперссылки используются для обозначения блоков информации, размещенные на других страницах сайта. Гипертекст призван сделать документ более понятным и удобным в использовании, упростить процесс доступа к данным и как следствие, обеспечить успешную профессиональную коммуникацию [10, С. 10]. Он дает веб-сайту определенные возможности: удобство и логичное структурирование контента, полезные функции для пользователя, включение элементов медиа для разнообразного контента. Чтобы получить информацию, пользователю достаточно нажать на выделенный элемент [1, С. 7], [2, С. 1]. Благодаря публикациям последних лет гипертекст в целом и электронный гипертекст в частности стал самостоятельным и полноправным объектом лингвистического исследования в работах О.В. Барст, М. Визеля, Е.И. Горошко, К.В. Давыдовой, О.В. Дедовой, А.А. Залевской, Е.В. Зыковой и многих других исследователей.

А.Н. Федоренко определяет **профессиональную коммуникацию** как профессионально обусловленный процесс обмена информацией (знанием) между представителями одной профессии, направленный на профессиональное развитие, в ходе которого создаются профессиональные сообщества, характеризующиеся определенными нормами мышления, поведения и взаимодействия между членами сообщества [11, С. 1], [15, С. 1].

В нашем исследовании мы определяем «профессиональное сообщество» как группу людей, состоящую из двух и более человек, регулярно вступающих в личное или виртуальное коммуникативное взаимодействие друг с другом с целью обмена практическим опытом и концептуализации новых профессиональных знаний. Английский язык является наиболее популярным языком профессионального общения. Текстовая и гипертекстовая часть представляется нам наиболее интересной для исследования. Мотивационная функция профессиональной

коммуникации состоит в том, что электронный ресурс мотивирует начинающего веб-дизайнера более качественно выполнять стоящие перед ними задачи. В современном обществе цифровые коммуникации – это «способ построения коммуникаций компании с потребителями, осуществляемый на основе технологий» [11, С. 1].

Информация как на любом сайте, так и на профессиональном сайте транслируется в определенных «информационных блоках» [3, С. 20]. Веб-дизайнеры используют это понятие для блоков на сайте, содержащих информацию, для текстового контента и всплывающих окон [10, С. 50]. В нашей статье в качестве информационных блоков мы берем за основу элементы сайта. На них размещается информация для пользователей о деятельности компании, условиях покупки, доставки или оплаты товара или услуги [19, С. 2].

Нами был проведен лингвистический обзор текстовой составляющей самых востребованных профессиональных англоязычных веб-сайтов для обучения дизайну на английском языке 2018-2021 годов в сети Интернет. По версии Awwwards, в список самых востребованных сайтов 2019-2020 годов входит Stock Photography Then and Now [13, С. 3] от креативного агентства ADVANCED TEAM.

Проанализировав структуру профессионального сайта для дизайнеров, мы наблюдаем определенную рубрикацию информации на абзацы, тезисы, ссылки, смысловые блоки, рубрики, комментарии. Обобщая наш анализ, можно выделить следующие наиболее типичные для всех изучаемых веб-сайтов информационные блоки:

1. *Текстовый контент* (блок, состоящий только из текста; описание профессиональных инструментов веб-сайта) [13, С. 1];
2. *Информация на странице сайта* (контактные данные, иконки с корзиной);
3. *Призывы к действию* (информация о повышении квалификации);
4. *Поп-апы* (всплывающие окна с информацией об акциях компании и веб-формами для заказа);
5. *Объявления о работе с сайтом* (информация о технических неполадках и затруднениях);
6. *Инфоблоки на карточках товаров* (описание условий покупки профессиональных программ и приложений для дизайнеров);
7. *Блоки в сайдбаре* (элементы, расположенные на боковых панелях сайта) [15, С. 4].

Методы сбора фактического материала, описательный и структурный методы позволили нам выделить частотные рубрики профессионально-ориентированных сайтов: *review of worldwide design works* (обзор дизайнерских работ по всему миру), *challenges* (конкурсы), *experience* (обмен опытом), *registration* (регистрация), *invite from a friend-designer* (специальное приглашение от друга-дизайнера), *talent, creativity* (талант, одаренность). Они, как правило, оформлены в гипертекстовые ссылки или рубрицированы (заголовки, тезисы) [23, С. 1].

Сайт *Land-book.com* оформляет заголовки более крупным шрифтом и оформлен в особой цветовой гамме, имеет анимацию: **Grab a popcorn. The new Land-book is ready.** Далее идет раздел *Lead-in: We're super excited to introduce you to our brand new gallery! We reinvented it from top to bottom. Read our story* (здесь шрифт меньшего размера, другой регистр). Вся информация разделена графически и логически на смысловые информационные блоки: рубрики и секции (*gallery, my favs*); подсекции (*all landings, portfolios, blogs, stories, others templates*). В 65 % от общего количества исследуемых сайтов присутствуют информационные блоки с портфолио начинающих и известных дизайнеров для просмотра, обмена опытом, облегчения поиска работы и контакта с работодателем [16, С. 2].

Нередко тексты представляют собой портфолио работника, который добился определенных успехов и может послужить примером успешной профессиональной самореализации:

Peter Demulsant — Interactive developer

http://picodix.me/ PortfoliosTech, Personal, Design, Light Colors, Dark Colors, Big Type. My name is Peter and I am currently living in France. Get in my mood. Experience. 2019/ 2018/ 2017/ 2016.

Building sharp interfaces and interactive experiences on the web for various clients across the world. Constantly learning and trying out new tools and techniques. Senior Interface Developer at Heyday. Part of the frontend team to build and maintain websites and platforms for clients like Mitsubishi, Garage Project, Z Energy... I also focused on processes, documentation and onboarding developer experience (представлен блок содержательно-фактуальной информации).

Interests: *always keen for a good beer, so feel free to say hello. When I am not working, I have others passions I dive into like drone flying and aerial imagery from countries I've had the chance to travel to. Check out my Instagram* (представлен блок эмотивно-окрашенной информации о личностных качествах дизайнера).

Hey Land-bookers! Leave your email to get the most recent websites inspirations right in your inbox. No spam. Ever (блок обратной связи с посетителем сайта).

На сайт *Designshack.net* наблюдается аналогичное структурирование профессиональной информации: рубрикация *Search Design Shack* (поисковая строка), *Articles* (статьи на профессиональные темы), *Gallery About* (фотоработы), *5 Tips for Working With Design Influencers* (профессиональные советы):

Slab serif fonts can be used for a variety of purposes, ranging from general body text to headlines, to display copy. It's a typography variant that has been used widely for digital as well as print purposes, and devices such as Amazon Kindle even use a slab serif as their default font [24, С. 1].

Для данных профессиональных сайтов рубрика профессиональных объявлений характерна и частотна (75 % сайтов): *Children Book. I am Looking for an illustrated children's book designer. This will be seven pages including the cover book. SaaS Product SVG Illustrations. We're a software company looking for a skilled illustrator for the designs on our new marketing pages.*

Текстовая часть исследуемых веб-сайтов (около 50) обладает следующими характеристиками: уникальность (оригинальность и неповторимость контента), оптимизирование под поисковые запросы (ключевые слова в текстах для поисковых роботов). Наиболее частотными комбинациями слов на сайте являются: *design, web-design, video|photo|audio files, content, graphics, resource* (50%); *project, work, usability, creativity, innovative technology, cast, podcast, font, colour, texture, tools, apps* (20%); *winner, nominee, blog, vlog, display, typeface* (15%); *highlight, event, recycling, host,*

photo host, video host (15%). Это позволяет точно определять тематику и направленность сайта, чтобы впоследствии выводить их как наиболее релевантные результаты для членов профессионального сообщества. Тексты, представленные на изучаемых нами сайтах всегда информативны и актуальны с целью привлечения внимания пользователей-членов профессионального сообщества, которые будут обращаться к информационному ресурсу вновь.

Проанализировав лексический состав текстов исследуемых сайтов, мы приходим к выводу, что авторы текста, используя профессиональную лексику, передают информацию о компетенциях дизайнера. Условно передаваемую информацию можно разделить на следующие информационные блоки:

– **«Преимущества в работе дизайнера»**: востребованность профессии, высокая зарплата, гибкий график, творческая работа;

– **«Недостатки в работе дизайнера»**: сложности выхода на хороший уровень оплаты, свободный график работы, нерегулярность заказов, субъективность оценки работы;

– **«Направления дизайна»**: дизайн интерьеров, веб-дизайн (структура и тематика сайта, графический дизайн (создание логотипов, фирменного стиля, навигационных систем), ландшафтный дизайн (создание ландшафта парков, скверов и приусадебных участков), проекты для производства;

– **«Обязанности дизайнера»**: создание конструкций и разработка изображения моделей интерьера, мебели, аксессуаров, компьютерной графики, ландшафта;

– **«Компетенции дизайнера»**: владение классическими и нетрадиционными техниками графики и рисования; знание основ компьютерного дизайна, программ SketchUp, AutoCAD, ArchiCAD, Sweet Home 3D; владение навыками айдентики, экономики и маркетинга проекта; знание второго языка;

– **«Уровни профессиональной подготовки»**: любитель, участник тренинга/ семинара, квалифицированный работник, лауреат;

– **«Личностные качества дизайнера»**: логическое мышление (создание реальных проектов, концептуальное и логическое мышление, индивидуальный стиль (генерирование уникальных идей, внимательность (точность в составлении проекта интерьера, корректное составление макета веб-дизайна), усидчивость (ограничение работы дедлайном), наблюдательность, хорошее воображение, умение нестандартно мыслить, коммуникабельность [26, С. 1];

– **«Творчество»**: структурное мышление, творческий потенциал, творческий рост, развитие, триумф, индивидуальный стиль, нестандартное мышление.

По мнению Оливера Райхенштайна в статье «Веб-дизайн на 95% состоит из типографики» [14, С. 5], типографика – сильнейший инструмент для выражения посылы в веб-дизайне, объединяющий текстовую и визуальную составляющие; свод законов, правил и норм оформления текста, основанных на изучении восприятия набора читателем. Знание и понимание типографики превращают текст в инструмент построения композиции, делают его живым, придают характер и способность передать идею не только при помощи содержания, но и графически. Типографика, в нашем понимании, есть наука об эргономике текста. Изучая веб-страницу, мы обращаем наше внимание на гарнитуру (шрифт), антикву – шрифты с засечками, гротеск – шрифт без засечек, который акцентирует рациональность и помогает создать пространство между буквами. Кегль (высота буквы, включающая в себя нижние и верхние выносные элементы), интерлиньяж (межстрочный интервал), кернинг (расстояние между буквами) дают возможность увеличения удобного прочтения.

Разделение текста на абзацы также делает его удобным для прочтения [9, С. 12]. Наш анализ достоверно демонстрирует, что выравнивание текстового блока традиционно на веб-сайте происходит по левому краю в 85 % блоков. Если текстовые блоки выравнивают по ширине, по центру, по правому краю, то текст не доступен для визуального восприятия.

Основные темы (обзор дизайнерских работ по всему миру, конкурсы, обмен опытом, условие работы на сайте, регистрация и специальное приглашение (invite) от друга-дизайнера) оформлены в гипертекстовые ссылки или рубрицированы (заголовки, тезисы).

Например: *Invitation/ Graphical design; / Interactive media design; / Interior design; / Web-design; / Register / Log in* [14, С. 2].

Ресурсы Awwwards.com, Designshack.net (анализ проектов), Behance.net (социальная сеть для дизайнеров), Mobbin.design (приложения и шаблоны), Webdesign-inspiration.com (выставка работ дизайнеров), Bestwebsite.gallery (проекты и портфолио дизайнеров) размещают свою информацию в размерах одной страницы. Вся необходимая информация размещается на одностраничных ресурсах, чтобы не перегружать страницу текстом. В текстовой части информация представляется в процессе взаимодействия с адресатом веб-сайта, присутствует референция, подчеркивается реальность информации, обозначается равнозначность фрагментов информации. Взаимодействие высказываний-гиперссылок с лексической и грамматической структурой разного наполнения способствует логической коммуникативной организации гипертекста на тематическом сайте для дизайнера.

В сети Интернет существуют сотни дизайнерских веб-сайтов для обучения, но самыми популярными и востребованными, а также интересными с лингвистической точки зрения для нас являются: <https://land-book.com/> (сайт-портфолио), <https://www.awwwards.com/> – (веб-дизайна и разработка сайтов), <http://www.webdesign-inspiration.com/> (ресурс для работы с фильтрами и цветами), <https://www.thebestdesigns.com/> (каталог работ в сфере веб-дизайна), <https://ru.pinterest.com/>, <https://pttrns.com/> – сайт с шаблонами интерфейса на любой вкус, <https://unsplash.com/> – (сайт мировых фоторабот), <https://dribbble.com/> (веб-портал для дизайнеров), <https://www.behance.net/> – (веб-сайт для дизайнеров, иллюстраторов, художников, фотографов, видеографов, архитекторов), <http://revision.ru/> (сетевой выставочный зал), <http://www.lifeofvids.com/> (сайт видеоработ), <http://www.freepik.com/> (сайт графических ресурсов для дизайнеров) и многие другие сайты.

Проведя обзор профессиональных веб-сайтов для дизайнеров, мы выделяем следующие их типы:

– сайты о дизайне в целом, например, такие как <https://dribbble.com/> (веб-портал для дизайнеров); <https://www.behance.net/> – (веб-сайт для дизайнеров, иллюстраторов, художников, фотографов, видеографов, архитекторов);

– сайты, где представлены портфолио дизайнеров и выставка их работ, ознакомление с творчеством; фотобанки, коллекции цветовых сочетаний, шрифтов. Например: <http://revision.ru/> (сетевой выставочный зал), <https://land-book.com/> (сайт-портфолио), <https://unsplash.com/> – (сайт мировых фоторабот), <http://www.lifeofvids.com/> (сайт видеоработ), <http://www.webdesign-inspiration.com/> (ресурс для работы с фильтрами и цветами);

– сайты-онлайн-магазины (необходимое оборудование и материалы для практической прикладной работы в дизайне);

– сайты графических ресурсов для дизайнеров: <https://ru.pinterest.com/>, <https://pttrns.com/> (сайт с необходимыми шаблонами интерфейса), <http://www.freepik.com/> и многие другие;

– сайты – собрание всех медиаресурсов в дизайне: <https://unsplash.com/> – (сайт мировых фоторабот), <http://www.lifeofvids.com/> (сайт видеоработ);

– сайты об организации работы в дизайне для руководителей и фриланса: <https://www.awwwards.com/> – (веб-дизайна и разработка сайтов), <https://www.thebestdesigns.com/> (каталог работ в сфере веб-дизайна);

– сайты, сфокусированные на чем-то конкретном (логотип, узор, стиль);

– сайты, специализирующиеся на работе в какой-то конкретной платформе, такие как Flex Adobe: blogs.adobe.com — блог графического дизайнера Джона Нэка (John Nack);

– сайты о типографике текста на веб-сайте.

По внешнему виду оформления самым популярным является следующий вид сайтов: *promo website*. Он выглядит как сайт-визитка компании или организации. Такой веб-сайт часто представлен в виде одной страницы, на которой представлена вся нужная информация. Профессиональные веб-сайты не являются исключением. Оформление в виде сайта-визитки также чрезвычайно популярно для дизайнерских веб-сайтов. Веб-дизайнер осуществляет большой объем работы и выполняет определенные правила, чтобы вместить весь необходимый контент на одну страницу и не отвлекать внимание клиента на незначительные детали.

Промо-веб-сайты компаний BMW, Volkswagen и многих дизайнерских сайтов помещают информацию в пределах одной страницы. Сайты имеют гармоничное цветовое оформление: черный, красный, белый цвета. Всплывающее меню навигации знакомит пользователя с разделами на сайте: *Test drive, Characteristics, Overview BMW X6, Dealers, Configuration, Contacts*. По центру веб-страницы BMW представлена иллюстрация модели BMW X4 XDrive 30 D и ее технические характеристики (мощность двигателя, максимальная скорость, расход топлива на 100 км, дизайн кузова).

Существуют определенный регламент структуры веб-сайта, его неотъемлемые элементы, которые задают структурированность, гармоничность и логику информации на сайте. Проведя анализ структуры веб-сайтов для дизайнеров, мы наблюдаем присутствие следующих элементов веб-сайта:

– *flyout navigation* – это всплывающее меню навигации, которое содержит несколько ссылок на разные страницы или разделы на веб-сайте;

– *above the fold* (верхняя полоса); для веб-дизайнеров, этот термин означает часть экрана, где размещается основной контент;

– *style tiles* – четкий структурный стиль, состоит из колонок, параллельно, не симметрично подается в виде плиток;

– метро-интерфейс, так называемый «дизайнерский язык Microsoft», характерная черта стиля которого – это акцент на крупном тексте, привлекающем внимание и высококачественная типографика. Использование текстуры в текстовой части сайта также отличный способ для разнообразия дизайна, придания ему тонкости и определенных акцентов.

Него – это общий термин, который используется для обозначения основного изображения на домашней или целевой странице. На профессиональных веб-сайтах для дизайнеров, как правило, наряду с текстовой частью располагают несколько основных изображений: логотип создателя этого тренинга, обучающего сайта.

Mockup – это макет, который демонстрирует, как будет выглядеть будущий сайт. Отличие макета от реального сайта только в том, что макет не функционирует. На профессиональных веб-сайтах мы, как правило, встречаем образцы макетов для разных профессиональных и учебных целей.

Negative space – негативное пространство, свободная область, которая не занята содержанием и образуется между различными элементами на страничке. Термин «негативное пространство» одним из первых стал употреблять американский художник-оформитель Чарли Гослин. Негативное пространство может грамотно конкурировать с позитивным пространством в дизайне (текст) или поддерживать его. Основная задача негативного пространства – не отвлекать внимание от основного содержания [32, С. 6].

Наше исследование показывает, что 95 % анализируемых сайтов наделены функцией *rollover*. *Rollover* – это действие, которое происходит, когда пользователь наводит указатель мыши на определенный элемент, к которому применен эффект ролловера. Действие мыши вызывает изменение внешнего вида элемента в другое изображение, цвет или стиль шрифта [30, С. 6]. Частотным явлением оказывается гармония и соотношение шрифтов на сайте. Веб-дизайнер иногда работает с несколькими шрифтами и подбирает размеры шрифтов друг другу с точки зрения ширины букв. Наиболее частотны системные шрифты (*Arial, Calibri, Trebuchet*). Также присутствует определенная закономерность в подборе количества знаков на одной строке: каждая строка содержит в среднем не более 60 знаков.

Использование форматирования (заголовки, подзаголовки, абзацы, маркированные списки, оптимальная длина которых составляет 3-5 строк) объединяет 85% текстовой части нашей выборки сайтов [29, С. 2]. Также на исследуемых сайтах наблюдается постепенный отказ от макетов с классической сеткой, так как успешным в современном веб-дизайне является применение эффекта сломанной сетки. Сетка на веб-странице сайта есть базовая

структура дизайна из «невидимых» линий, на которых расположены элементы дизайна. Это связывает их в общую систему и рационально поддерживает композицию. [23, С. 6].

Цвет текста и фона всегда различаются на сайте. Серый или пастельный текст на сером фоне не всегда выразителен для посетителя. Поэтому частотным и экспрессивным является контраст цвета и текста: черный и белый (45% сайтов), синий и белый (55%). Чем меньше шрифт, тем более он контрастный.

Тексты, созданные на сайте агентства *Fleava*, *42Entertainment* созданы для вдохновения будущих дизайнеров [22, С. 6]. На сайте наблюдается анимационная рубрикация текста (рубрики *About* и *Our Works*). Рубрика *About* содержит приветственное сообщение pop-up, всплывающее окно с информацией и чат (поддержка, общение со специалистом круглосуточно). Частотной для почти всех анализируемых сайтов, в том числе и *Fleava*, является функция *scroll down, drag, tap, scroll* для более комфортного восприятия профессиональной информации (функции динамичного прокручивания). На сайте присутствует возможность листания страниц (*previous\next*). Для оформления своего сайта его разработчики выбрали черный цвет, на котором размещается текст с классическим шрифтом *Arial* и в белом цвете. Также в оформлении сайта преобладают синий, черный цвета и цвет морской волны. Согласно психологии цвета в рекламе, маркетинге и бизнесе, цвет не только помогает получить более объективную информацию о продукте, но и оказывает мощное психологическое воздействие [33, С. 2].

Для медиа-проектов *Fleava* наряду с черным цветом для вкладок с информацией используются темно-синие оттенки, которые согласно деловому этикету общения используются для проектов, где важна стабильность и надежность.

Текстовая часть сайта тесно связана с иллюстративным материалом на сайте. В данном случае интерактивность коммуникации с пользователем сайта передает иллюстрация обезьяны [28, С. 8]. Иллюстрация обезьяны имеет некоторый интерактивный характер. В зависимости от рубрики, которую открывает пользователь, выражение лица обезьяны меняется, демонстрируя разные эмоции (радость, задумчивость, испуг, гнев, удивление), формируя определенный эмоциональный настрой пользователя.

На сайте Flickr слоган *Find your inspiration* написан самым крупным шрифтом. Далее шрифтом меньшего размера автор приводит еще один слоган: *Join the Flickr Community, home to tens of billions of photos and 2 million groups и самым мелким шрифтом Start for free*. В оформлении данного сайта мы наблюдаем адаптивный дизайн: активное использование анимации (изображена активная клавиша, предполагается, что пользователю нужно нажать на нее, чтобы получить дополнительную информацию) [27, С. 5]. Пользователю предоставляется возможность найти необходимые профессиональные контакты, получить дальнейшую информацию, получить вдохновение и опыт при знакомстве с работами дизайнеров, представленных на сайте. Базовая анимация (изображения осеннего леса, пустыни, савана, морского побережья, ночного мегаполиса) располагается за текстом и помимо эстетического удовольствия знакомит с творческими работами авторов, поскольку эти иллюстрации являются не просто рисунками, а репродукциями картин известных художников, например: *Bentlo by Ria Putziker, Tree and Morning Mist by Jos Buurman* s. [25, С. 6]. Нередко фоновым изображением для текста бывает дизайнерский рисунок.

Elle Décor, Hypebeast.com, Icon Design, Wallpaper – ведущие журналы о дизайне и культуре, представляющие собой сайт – интернет – магазин, в котором можно приобрести модные аксессуары, одежду, книги, блокноты, электронные приборы с уникальным кроем, узором, фасоном, дизайном (*manarishi purples camo T-shirt, human-made shirt, Yoshimoto book*). Рубрика *Design* содержит последние новости о разработке инноваций в брендах *Fender, LEGO, MedicomToy* [24, С. 2].

Рубрикация в данных текстах представляет собой деление его на составные части, графическое отделение одной части от другой. Она позволяет сгруппировать информацию в определенные информационные блоки для грамотного распределения и лучшего осмысления информации, например рубрики: *News Insights and Inspiration Responsibility Ad obe Life* и подрубрики: *Insights and Inspiration, Creativity, Digital Trasformation, Trends and research, Leadership, Custom er Stories, Events, Creativity*.

Заключение

Текстовая часть профессионального сайта для обучению дизайну интересна с научной точки зрения, так как она многофункциональна, информативна и четко структурирована. Профессионально-ориентированный текст имеет лексическую, логическую и грамматическую основы для передачи информации.

Функционирование языка на веб-странице обеспечивает гипертекст. Он делает документ более понятным и удобным в использовании, упрощает процесс доступа к данным и обеспечивает успешную профессиональную коммуникацию (Wiki. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сайт/>).

В структуре профессионального сайта для дизайнеров, мы наблюдаем следующие информационные блоки: текстовый контент, информация на верхней и нижней странице сайта; призывы к действию; всплывающие окна; объявления о работе с сайтом; инфоблоки на карточках товаров; блоки в сайдбаре (Canva.ru. URL: <https://canva.com/ru/>).

Текстовая часть исследуемых вебсайтов (45 сайтов) обладает следующими характеристиками: **уникальность** (оригинальность и неповторимость контента), **оптимизирование под поисковые запросы** (ключевые слова в текстах для поисковых роботов).

Авторы текста на исследуемом нами сайте вербализуют при помощи профессиональной лексики следующие концепты профессиональной реальности дизайнера: «Преимущества в работе дизайнера», «Недостатки в работе дизайнера», «Направления дизайна», «Обязанности дизайнера», «Компетенции дизайнера», «Личностные качества дизайнера», «Уровни профессиональной подготовки», «Творчество». Важный момент на сайтах для веб-дизайнеров – обеспечение подчиненности и взаимозависимости элементов.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Александрова О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса / О.В. Александрова. – Москва: Высшая школа, 1984. – С. 7.
2. Атабекова А. А. Лингвистический дизайн Web-страниц / А. А. Атабекова. Монография – Москва, 2002. – 200 с.
3. Валгина Н.С. Теория текста: учебное пособие / Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 250 с.
4. Городецкий Б. Ю. Компьютерная лингвистика: прикладная лингвистика / Б. Ю. Городецкий // Новое в зарубежной лингвистике. Издание XXIV (компьютерная лингвистика). – М., 1989.
5. Городецкий Б.Ю. К типологии коммуникативных неудач / Б.Ю. Городецкий, И.М. Кобозева, И.Г. Сабурова. // Диалоговое взаимодействие и представление знаний. Новосибирск, 1985. – 42 с.
6. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Специальность 10.01.10. – журналистика. / Л.Р. Дускаева. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – С.-Пб. 2004. – 26 с.
7. Куликова, Е.В. Графические средства как стилистические приемы художественного текста / Е.В. Куликова // Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского. – Симферополь, 2000. – С. 6.
8. Мартынова Е.М. Типология явлений коммуникативного дискомфорта в ситуациях диалога / Е.М. Мартынова. – М, 2000. – 229 с.
9. Пешковский А.М. Избранные труды / А.М. Пешковский. – М., 1959. – 250 с.
10. Трофимова Ю.М. Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации / Ю.М. Трофимова, К.Б. Свойкин, Ю.К. Воробьев и др. // Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева. Теоретические и прикладные аспекты. Межвузовский сборник научных трудов. Выпуск 5. – Саранск, 2003. 192 с.
11. Федоренко А.Н. Продвижение профессионального сообщества с помощью цифровых коммуникаций [Электронный ресурс] / А.Н. Федоренко. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/01SFK417.pdf> (дата обращения: 12.12.2021). – 2017.
12. Ширяева, Т.А. Социокогнитивное моделирование как методологическая основа изучения делового дискурса / Т.А. Ширяева, А.Г. Авшаров // Общероссийский академический научный журнал «Вопросы когнитивной лингвистики». Выпуск 1, 2018. – С. 94.
13. Awwwards [Электронный ресурс]. – URL: <https://awwwards.com> (дата обращения: 10.12.2020).
14. Blog-deposit photos [Электронный ресурс]. – URL: <https-blog-depositphotos-com-ru-luchshie-dizajni-sajtov-2020-html> (дата обращения: 10.12.2020).
15. Canva [Электронный ресурс]. – URL: <https-canva-com-ru> (дата обращения: 10.12.2020).
16. Deadsign [Электронный ресурс]. – URL: <https-deadsign-ru-tipografika-10-tips-on-typography> (дата обращения: 13.11.2020).
17. Dic-academic [Электронный ресурс]. – URL: <https-dic-academic-ru> (дата обращения: 13.01.2021).
18. Evolution [Электронный ресурс]. – URL: <https-evolution-depositphotos-com> (дата обращения: 13.02.2021).
19. Ia net [Электронный ресурс]. – URL: <https-ia-net-topics-the-web-is-all-about-typography-period> (дата обращения: 13.02.2021).
20. Iamtiredonline [Электронный ресурс]. – URL: <https-iamtired-online> (дата обращения: 13.02.2021).
21. Fb.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://fb.ru/article/448319/professionalnyie-kommunikatsii/> (дата обращения: 13.02.2021).
22. Fleava.com [Электронный ресурс]. – URL: <https://fleava.com/> (дата обращения: 13.02.2021).
23. Kazedu [Электронный ресурс]. – URL: <https://kazedu.kz/referat/78941/> (дата обращения: 15.02.2021).
24. Reclamare [Электронный ресурс]. – URL: <https://reclamare.ua/blog> (дата обращения: 13.04.2021).
25. Revolution [Электронный ресурс]. – URL: https://revolution.allbest.ru/marketing/00268098_0.html/ (дата обращения: 11.02.2021).
26. Skillbox [Электронный ресурс]. – URL: https://skillbox.ru/media/design/64_sayta_dlya_dizaynerov (дата обращения: 08.02.2021).
27. Skillboxmedia [Электронный ресурс]. – URL: https://skillbox.ru/media/design/64_sayta_dlya_dizaynerov (дата обращения: 09.02.2021).
28. Startluck [Электронный ресурс]. – URL: <https://start-luck.ru/dlya-novichka/chto-takoe-veb-sajt.html/> (дата обращения: 13.02.2021).
29. Umombiz [Электронный ресурс]. – URL: <https://umom.biz/psihologiya-tsveta-v-marketinge> (дата обращения: 14.02.2021).
30. Webstudio [Электронный ресурс]. – URL: <https://webstudio2u.net/ru/> (дата обращения: 06.06.2021).
31. Wikipedia [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сайт/> (accessed: 5.04.2021) (дата обращения: 05.02.2021).
32. Wpsovet.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://wpsovet.ru/optimizaciya-i-ispravlenie/> (дата обращения: 10.03.2021).

Список литературы на английском / References in English

1. Aleksandrova O.V. Problemy ehkspressivnogo sintaksisa [Problems of expressive syntax] / O.V. Aleksandrova. – Moskva: Vysshaya Shkola, 1984. – 211 p. [in Russian]
2. Atabekova A. A. Lingvisticheskij dizajn web-stranic [Linguistic design of the web-pages] / A. A. Atabekova. – M. Monografiya, 2002. – 200 p. [in Russian]
3. Valgina N. S. Teoriya teksta [Text Theory] / N. S. Valgina. – M.: Logos Uchebnoe posobie, 2003. – 250 p. [in Russian]
4. Gorodeckij B. Ju. Kompyuternaya lingvistika, prikladnaya lingvistika [Computer linguistics, applied linguistics] / B. Ju. Gorodeckij // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Izdanie XXIV [New in foreign linguistics. Edition XXIV]. – 1989. – P.12-13. [in Russian]
5. Gorodeckii B. Ju. K tipologii kommunikativnyh neudach / B. Ju. Gorodeckii, I. M. Kobozeva, I. G. Saburova // Dialogovoe vzaimodejstvie i predstavlenie-znaniy [Dialogical interaction and embedded knowledge]. Novosibirsk. – 1985. – 42 p. [in Russian]
6. Duskaeva L. R. Dialogicheskaya priroda gazetnyh rechevyh zhanrov [Dialogical nature of newspaper oral genres]: avtoref. dis... PhD in Philology: specialnost 10.01.10-Zhurnalistika / L. R. Duskaeva. – S-Pb., 2004. – 26 p. [in Russian]
7. Kulikova E. V. Graficheskie sredstva kak stilisticheskie priemy hudozhestvennogo teksta [Graphical means as stylistical methods of belle-les] // Tavricheskii nacionalnyj universitet im V. Vernadskogo [Tavrich national university n. a. Vernadsky]. – Simferopol, 2000. – P. 6 [in Russian]
8. Martynova E. M. Tipologiya yavlenij kommunikativnogo diskomforta v situacijah dialoga [Typology of the communicative discomfort in dialogical situations] / E. M. Martynova, 2000. – 229 p. [in Russian]
9. Peshkovskij A. M. Izbrannye trudy [Selected works] / A. M. Peshkovskij. – M, 1959. – 250 p. [in Russian]
10. Trofimova Yu. M. Lingvisticheskie i ehkstralingvisticheskie problem kommunikacii. Mordovskij gosudarstvennyj universitet imeni N. P. Ogareva. Teoreticheskie i prikladnye aspekty [Theoretical and applied aspects] / Trofimova Yu. M. et al. // Mezhvuzovskij sbornik nauchnyh trudov, vypusk 5 [Intercollegiate bulletin of treatise] – Saransk, 2003 – 192 p. [in Russian]
11. Fedorenko A. N. Prodvizhenie professionalnogo soobshchestva s pomoshchyu cifrovych kommunikacij [Promotion of the professional society with the help of the digital communication [Electronical resource] / A. N. Fedorenko. – URL: <https://sfk-mn-ru-pdf-01sfk417-pdf-dostup-svobodnyj> (accessed: 12.12.2020). 2017. [in Russian]
12. Shiryaeva T. A. Sociokognitivnoe modelirovanie kak metodologicheskaya osnova izucheniya delovogo diskursa [Socio-cognitive modeling base of studying business discourse] / T. A. Shiryaeva, A. G. Avsharov // Obshcherossijskij akademicheskij nauchnyj zhurnal voprosy kognitivnoj lingvistiki, vypusk 1 [Russian academical scientific bulletin “The aspects of cognitive linguistics”], 2018. – P. 94. [in Russian]
13. Awwwards [Electronic resource]. – URL: <https://awwwards.com> (accessed: 10.12.2020).
14. Blog-deposit photos [Electronic resource]. – URL: <https://blog-depositphotos-com-ru-luchshie-dizajni-sajtov-2020.html> (accessed: 10.12.2020).
15. Canva [Electronic resource]. – URL: <https://canva-com-ru> (accessed: 10.12.2020).
16. Deadsign [Electronic resource]. – URL: <https://deadsign-ru-tipografika-10-tips-on-typography> (accessed: 13.11.2020).
17. Dic-academic [Electronic resource]. – URL: <https://dic-academic-ru> (accessed: 13.01.2021).
18. Evolution [Electronic resource]. – URL: <https://evolution-depositphotos-com> (accessed: 13.02.2021).
19. Ia net [Electronic resource]. – URL: <https://ia-net-topics-the-web-is-all-about-typography-period> (accessed: 13.02.2021).
20. Iamtiredonline [Electronic resource]. – URL: <https://iamtired-online> (accessed: 13.02.2021).
21. Fb.ru [Electronic resource]. – URL: <https://fb.ru/article/448319/professionalnyie-kommunikatsii/> (accessed: 13.02.2021).
22. Fleava.com [Electronic resource]. – URL: <https://fleava.com/> (accessed: 13.02.2021).
23. Kazedu [Electronic resource]. – URL: <https://kazedu.kz/referat/78941/> (accessed: 15.02.2021).
24. Reclamare [Electronic resource]. – URL: <https://reclamare.ua/blog> (accessed: 13.04.2021).
25. Revolution [Electronic resource]. – URL: https://revolution.allbest.ru/marketing/00268098_0.html/ (accessed: 11.02.2021).
26. Skillbox [Electronic resource]. – URL: https://skillbox.ru/media/design/64_sayta_dlya_dizaynerov. (accessed: 08.02.2021).
27. Skillboxmedia [Electronic resource]. – URL: https://skillbox.ru/media/design/64_sayta_dlya_dizaynerov (accessed: 09.02.2021).
28. Startluck [Electronic resource]. – URL: <https://start-luck.ru/dlya-novichka/chto-takoe-veb-sajt.html/> (accessed: 13.02.2021).
29. Umombiz [Electronic resource]. – URL: <https://umom.biz/psihologiya-tsveta-v-marketinge> (accessed: 14.02.2021).
30. Webstudio [Electronic resource]. – URL: <https://webstudio2u.net/ru/> (accessed: 06.06.2021).
31. Wikipedia [Electronic resource]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сайт/> (accessed: 05.02.2021) (accessed: 05.02.2021).
32. Wpsovet.ru [Electronic resource]. – URL: <https://wpsovet.ru/optimizaciya-i-ispravlenie/> (accessed: 10.03.2021).