

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

Горохова Анна Юрьевна
Реализация тематической концепции в рамках
композиционно-графической модели сайта «PRO Русский»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(творческий проект)

Научный руководитель –
старший преподаватель Н. Н. Подшивалова
Кафедра медиадизайна и информационных технологий
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2017

Оглавление

Введение.....	3
ГЛАВА 1. НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЕ СЕТЕВЫЕ МЕДИАПРОЕКТЫ: ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА И ВИЗУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	6
§1. Научно-популярная журналистика: назначение и развитие.....	6
§2. Мультимедийные медиапроекты: характеристики и жанровые спецификации	8
§3. Композиционно-графическая модель мультимедийного проекта: составляющие и их особенности	13
§4. Научно-популярные мультимедийные проекты на российском рынке ..	21
ГЛАВА 2. ТЕМАТИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ И КОМПОЗИЦИОННО- ГРАФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ СЕТЕВОГО МЕДИАПРОЕКТА «PRO РУССКИЙ»	35
§1. Тематическая концепция проекта.....	35
§2. Особенности композиционно-графической модели проекта	49
Заключение	56
Список литературы	59
Приложения	62

Введение

Научно-популярная журналистика использует все современные технологии передачи информации и следит за их развитием. Периодические издания, радио, телевидение являются традиционными каналами трансляции научного знания, однако на первое место закономерно выходит Интернет. Всемирная сеть соединила в себе весь спектр возможностей, используемых для просвещения аудитории.

В последние годы сетевая медиасфера пополнилась десятками ресурсов, направленных на образование и популяризацию разных отраслей науки. Это свидетельствует о выросшем спросе онлайн-аудитории на новые знания и расширение кругозора. В возникших условиях конкурентной среды создатели таких медиапроектов задействуют различные комбинации видео-, аудио-, фото- и текстового контента, стремясь завоевать пользовательский интерес. И здесь становится важным не количество, а качество: мало использовать всевозможные медийные платформы – необходимо создать для разнообразного содержимого понятную внутреннюю и внешнюю организацию. Поиск ответа на вопрос, как мультимедийный контент влияет на структуру и облик научно-популярных сетевых проектов, стал одной из основных задач данного исследования.

Актуальность работы обусловлена растущей популярностью просветительских сетевых проектов мультимедийного формата. Сайт «PRO Русский» стал очередным подтверждением этой тенденции, так как реализован в рамках федеральной целевой программы – а значит, стремление аудитории к знаниям в различных областях науки заметно и государству.

Новизна работы определяется несколькими факторами. Во-первых, в работе выявлены основные принципы дизайн-проектирования научно-популярных сетевых проектов и предложена стратегия их наполнения мультимедийным контентом. Во-вторых, с опорой на данные принципы проектирования научно-популярных сетевых медиапроектов нами на

практике было создано издание уникальной тематики, в котором сосуществуют все основные формы контента.

Объектом исследования являются научно-популярные мультимедийные проекты. **Предметом** – особенности тематической и композиционно-графической модели мультимедийного медиапроекта.

Цель работы – разработать тематическую концепцию и композиционно-графическую модель научно-популярного мультимедийного проекта.

Задачи:

- выявить основные способы представления мультимедийного контента на научно-популярных сетевых платформах;
- определить специфические особенности тематической концепции и композиционно-графической модели научно-популярных мультимедийных проектов;
- разработать содержательную модель и визуальную концепцию авторского научно-популярного мультимедийного проекта на основе сегментации и профилизации целевой аудитории;
- разработать методику дизайн-проектирования научно-популярного сетевого медиапроекта.

Теоретическая база исследования была составлена из отечественных и зарубежных научных работ Р. Арнхейма, С. И. Галкина, Т. Самары, Дж. Феличи в области визуального восприятия, типографики и цвета. Были использованы работы А. А. Тертычного, С. П. Суворовой о специфике научно-популярных средств массовой информации, а также исследования Дж. Гарретта, А. А. Беляева, Д. М. Кирсанова, Д. Ю. Кульчицкой, посвященные дизайну веб-среды. Отдельное внимание было обращено на особенности мультимедийной журналистики, рассмотренные в трудах Е. А. Барановой, М. М. Лукиной, Е. В. Олешко.

Методы, использованные в данной работе, включают в себя как творческие – конструирование и проектирование, так и исследовательские –

сопоставительный анализ, анализ сегментов аудитории, качественный анализ.

В качестве **эмпирической базы** были выбраны сетевые ресурсы «Арзамас», «Магистерия», проект «1917. Свободная история» и онлайн-версия журнала «Дилетант». Данные медиапроекты популяризируют гуманитарные отрасли наук и задействуют различные медийные платформы и жанры для представления материалов. Нами была проанализирована внутренняя и внешняя организация ресурсов, а также особенности их контента, опубликованного в период с декабря 2016 по апрель 2017 года. Работа над композиционно-графической моделью проекта «PRO Русский» проводилась в период с января по апрель 2017 года.

Структура данной работы состоит из введения, первой главы, в которой рассмотрены основные этапы эволюции научно-популярных СМИ, особенности их контента и визуальной организации, а также отечественный рынок научно-популярных сетевых проектов; второй главы, где представлена тематическая концепция и композиционно-графическая модель созданного нами проекта «PRO Русский»; заключения, списка литературы и приложений.

ГЛАВА 1. НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЕ СЕТЕВЫЕ МЕДИАПРОЕКТЫ: ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА И ВИЗУАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

§1. Научно-популярная журналистика: назначение и развитие

Для отечественной журналистики научно-популярное направление остается одним из важнейших на протяжении нескольких веков¹. Со времен Петра I оно было средством увеличения общественного интереса к науке и, как следствие, ее развития.

При создании научно-популярных текстов на первый план выходит просветительская функция журналистики, и главным инструментом ее реализации становится популяризация. С. П. Суворова понимает под этим термином «деятельность, направленную на превращение сложного, труднодоступного для понимания произведения в такое его отражение, посредством которого оно становится понятным, поддающимся освоению». Исследователь сравнивает популяризацию с деятельностью переводчика: она образует мост между языками ученого сообщества и массовой аудитории².

При попадании в сферу медиа научные сведения претерпевают стилистические и формальные изменения и подчиняются следующим принципам подачи журналистских материалов³:

- сопоставление взглядов для предоставления взвешенной точки зрения;

¹ Тертычный А. А. Быть ли научно-популярной журналистике? // Вестник ВГУ, 2013. Серия «Филология. Журналистика», №2. С. 212 – 217. С. 212.

² Суворова С. П. Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // Вестн. Моск. ун-та, 2009. Сер. 10 «Журналистика», №6. С. 14 – 23. С. 22.

³ Медведева С. М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО, 2014. №4 (37). С. 278 – 286. С. 283.

- краткость изложения;
- допустимость употребления эмоциональных высказываний;
- включение многообразного иллюстративного материала.

Выбор канала передачи научного знания всегда останавливался на самом современном техническом средстве, поэтому научно-популярные средства массовой коммуникации прошли путь от энциклопедических изданий и периодики до радио, телевидения и Интернета. Все эти средства используются до сих пор в том или ином объеме, однако активная компьютеризация общества делает глобальную сеть основным каналом доступа к образовательному контенту. Интернет предоставляет широкий спектр возможностей для коммуникации, и для научной в том числе. За счет скорости и глобальной географии распространения информации, а также гипертекстуальности и интерактивности онлайн-среды научно-популярные медиа способны охватить более широкую аудиторию и повысить свой рейтинг. Важную роль в развитии сетевой научно-популярной журналистики играет представляемое Интернетом разнообразие мультимедийных форматов, доступных для одновременного использования. О том, как мультимедийный контент влияет на внутреннюю и внешнюю организацию таких проектов, пойдет речь в следующих параграфах нашего исследования.

Современная популяризация науки часто характеризуется понятием «эдьютейнмент», которое ученые используют с 1990-х годов. Этимологически термин происходит от слияния английских слов «education» – «образование» и «entertainment» – «развлечение». Некоторые иностранные исследователи определяют этот термин как «процесс проектирования и реализации медиасообщения одновременно для развлечения и для обучения, с целью повышения знаний аудитории, создания благоприятного отношения»⁴. О. Л. Гнатюк считает основной чертой эдьютейнмента

⁴ Singhal A., Rogers E. Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change. London, 1999. P.9.

облегченный анализ событий в форме «цифрового контента, соединяющего образовательные и развлекательные элементы»⁵.

Для обозначения рассказа о научных явлениях доступным языком в современной медиасфере используется термин «сайнстейнмент»: соответственно, «science» – «наука» и «entertainment» – «развлечение». Чаще всего понятие применяется на телевидении, наравне со словосочетанием «научно-развлекательная программа». Ведущим подобной передачи становится журналист, в понятной форме преподносящий научные открытия.

Современные образовательные сетевые медиапроекты, взяв за основу принцип «обучай, развлекая» и технологические возможности нашего времени, модифицируют свою структуру и особенности навигации. Пользователь может самостоятельно выбирать составляющие своей программы обучения из всего представленного на платформе контента. А широкий спектр возможностей мультимедиа способен превратить каждый научно-популярный проект в многофункциональную площадку, где в разных формах представлена информация одного тематического круга.

§2. Мультимедийные медиапроекты: характеристики и жанровые спецификации

Современные медиаресурсы имеют несколько отличительных особенностей: интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность и конвергенция. Последний признак продиктован, в первую очередь, технологическими возможностями интернет-площадки. Если традиционные медиа, какими сейчас считаются печатные издания, телевидение и радио⁶,

⁵ Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации. М, 2010. С. 65.

⁶ Стинс. О., Ван Фухт Д. Новые медиа / пер. с англ.: Н. Бергер // Вестник ВолГУ, 2008. Сер. 8 «Литературоведение. Журналистика», №7. С. 98 – 106. С. 98.

задействуют в качестве основного один канал коммуникации, то вновь появляющиеся СМИ обладают возможностью создавать симбиоз каналов передачи контента. Именно этот фактор ученые называют медиаконвергенцией. В это понятие включены изменения технологий, рынка, жанров предоставляемой информации, а также фактор адаптивности дизайна подобного СМИ для отображения на любом устройстве, которое в данный момент находится в руках у пользователя.

Разнообразие технологий и каналов передачи сообщения способствует созданию многоформатного – или мультимедийного – контента. Следует отметить, что понятия «мультимедийность» и «конвергенция» при своей схожести описывают разные явления. Конвергенция – это «процесс сближения различных платформ», а мультимедийность – «характеристика продукта, сделанного с использованием разных знаковых систем»⁷. Продукты мультимедиа становятся отдельными элементами конвергентного СМИ, которые при соединении и взаимодействии представляют пользователю наиболее полную информационную картину. К разновидностям мультимедийного контента относятся: графика, анимация, фото, видео, звук, текст и другие производные формы.

Мультимедийное разнообразие уже давно используется не столько для развлечения, сколько для эффективного информирования. Этому способствует особенность мультимедийных материалов воздействовать на несколько органов чувств человека и создавать эффект мультисенсорного «переживания»⁸. Исследователи отмечают, что мультимедиатизация сетевых СМИ дает пользователю свободу выбора и возможность профилировать

⁷ Кульчицкая Д. Ю. Конвергенция и мультимедийность: попытка теоретического осмысления явлений // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2012», 2012. URL: conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2012/1752/5298_3d4e.pdf.

⁸ Кульчицкая Д. Ю. Развитие идеи мультимедийности в культуре и журналистике // Меди@льманах, 2011, № 2. С. 14 – 18. С. 17.

содержание под себя⁹. Особенно важным это становится для современных научно-популярных медиапроектов, где каждый пользователь способен создать собственную просветительскую программу.

Взаимодействие каждой медийной платформы с другими порождает новые журналистские жанры. В составе современных сетевых медиапроектов принято различать текстовые, мультимедийные и синтетические группы жанров. К *текстовым* относятся традиционные жанры прессы, а также новые виды, к примеру, текстовая трансляция какого-либо события, обновляемая в режиме реального времени.

М. М. Лукина выделяет большое количество *мультимедийных жанров*¹⁰. Их возможно разделить на подгруппы: иллюстративные жанры, аудиальные жанры, видеожанры. Рассмотрим наиболее популярные из них:

1. Иллюстративные жанры:

- статичная иллюстрация;
- фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи;
- слайд-шоу;
- инфографика (как визуальное представление текстовой информации).

2. Аудиальные жанры:

- подкаст (аудиозапись или серия регулярно обновляемых аудиофайлов различной длительности);
- аудиоиллюстрация (звуковой фрагмент, по смыслу подходящий к определенной части текста);
- аудиосюжет (классический радиосюжет с голосом диктора, интершумами и заставками).

⁹ Качкаева А. Г., Кирия И. В., Коломеец К. Г., Лосева Н. Г., Силантьева О. М., Телень Л. О., Тихомирова Т. Б., Филимонов М. Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М, 2010. С. 26.

¹⁰ Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М, 2010. С. 260 – 269.

3. Видеожанры:

- видеоиллюстрация (видеофрагмент, иллюстрирующий определенную часть текста);
- видеосюжет (полноценный сюжет, по структуре идентичный телевизионному);
- ток-шоу (жанр, целиком перенесенный из ТВ-среды на сетевую платформу, иногда с добавлением интерактивной обратной связи).

Стоит отметить, что некоторые сетевые СМИ для удобства пользователя используют различия мультимедийных жанров при создании структуры всего проекта. Контент в таком случае разделен на рубрики по каналам передачи информации – видео, аудио, текст, изображения, интерактивные элементы. Такой подход к организации онлайн-платформы М. М. Лукина называет полимедийным¹¹.

Синтетические жанры характеризуются объединением нескольких медийных платформ¹². К ним относятся:

- аудиослайд-шоу (записанное слайд-шоу из фотографий, инфографики, графических изображений, сопровождающееся музыкой, интершумом или закадровым текстом в исполнении диктора);
- интерактивная видеоколонка (видеофайл со встроенными активными ссылками на другие мультимедийные элементы);
- информационные игры (викторины, турниры, flash-игры);
- мультимедийная статья («история, созданная при помощи нескольких мультимедийных средств»¹³);
- лонгрид (в переводе с англ. – «долгое чтение»: текстовый материал, сопровождаемый мультимедийными фрагментами).

Некоторые исследователи вопроса жанровой спецификации мультимедийных проектов не проводят различий между мультимедийной

¹¹ Лукина М. М., приведенное издание. С. 261.

¹² Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник ЧелГУ, 2015. №5 (360). С. 163 – 169. С. 165.

¹³ Лукина М. М., приведенное издание. С. 269.

статьей и лонгридом. Однако нам представляется важным разграничить эти понятия. Дело в том, что элементы мультимедийной статьи имеют равное значение, и этот жанр считается «комбинацией текста, фотографий, видеоклипов, аудио, графики и интерактивных элементов, которые представлены на веб-сайте в нелинейной форме»¹⁴. В лонгриде отмечается первичность текстового элемента. М. Н. Булаева считает, что «ключевой характеристикой такого формата является объем и продолжительность материала, а основой – журналистский текст»¹⁵. Жанр лонгрида предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также объемную работу журналиста, включающую анализ большого количества источников¹⁶.

Возникновение новых жанров сетевых медиапроектов напрямую зависит от развития технологий и усовершенствования пользовательских устройств. Наблюдая за этими процессами, можно назвать перспективные форматы для создания будущих жанров. Так, в ближайшее время возможно более широкое использование 3D- или VR-технологий – компьютерной имитации реального или вымышленного мира, воздействующей на все органы чувств человека.

В процессе исследования жанрового и форматного разнообразия мультимедийных медиапроектов становится очевидно, что их внешняя и внутренняя организация – это сложный процесс, требующий грамотного подхода. Универсальных шаблонов успешной систематизации мультимедийных ресурсов не существует, и лучшее решение дизайнеру предстоит искать на практике. Не вызывает сомнений следующий тезис: чтобы эффективно задействовать ресурсы всех используемых медиаплатформ, необходимо уделить особое внимание композиционно-графическому проектированию подобного сетевого проекта.

¹⁴ Stevens, J. What is a multimedia story? 2013. URL: goo.gl/TZkBdF.

¹⁵ Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник, 2015. Вып. № 4. С. 121 – 123. С. 122.

¹⁶ Галустян А. А., Кульчицкая Д. Ю. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. URL: newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/.

§3. Композиционно-графическая модель мультимедийного проекта: составляющие и их особенности

Онлайн-медиа состоит из определенного числа структурных элементов, помогающих пользователю разобраться в организации той или иной страницы. Для создания более эффективного сетевого медиапроекта необходимо установить основные составляющие его композиционно-графической модели, подобно существующей в сфере печатных СМИ.

Композиционно-графическая модель печатного издания – это «модель, включающая в себя наиболее типичные особенности содержания и формы (тематику, структуру, формы организации и подачи материалов) и способы графического выражения всех содержательных компонентов»¹⁷. Применительно к онлайн-медиа термин используется редко, и его детали изучены недостаточно. Однако моделирование сетевых медиапроектов тоже строится на определенных принципах. Мультимедийные же проекты характеризуются более сложной структурой организации информации, так как дизайнер не только создает визуальное композиционное единство, но и учитывает функциональное взаимодействие разноплановой графической, текстовой и звуковой информации¹⁸. В нашем исследовании мы выделим этапы создания композиционно-графической модели мультимедийного проекта, подчеркнув особенности научно-популярных медиа.

После обозначения основных целей нового проекта и формулировки возможностей, которые платформа предоставит пользователю, наступает

¹⁷ Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Дизайн периодических изданий. Воронеж, 2005. С. 56.

¹⁸ Шеховцова А. Н. Базовые принципы, применяемые в мультимедийном проектировании // Материалы V Международной молодежной научной конференции в 3-х томах, 2015. С. 370 – 377. С. 371.

этап создания организационных и навигационных схем, которые обеспечат удобное и понятное перемещение по разделам сайта. Дж. Гарретт называет эту ступень уровнем структуры и выделяет два основных подхода к формированию общей схемы сетевого проекта: восходящий и нисходящий¹⁹.

При *нисходящем подходе* построение сайта начинается с определения желаемого эффекта, который произведет на пользователей новая платформа, или с выбора основополагающего стиля. К примеру, изначально выбранные в качестве фундамента проекта принципы минимализма окажут существенное влияние на формирование контента и будущее функционирование онлайн-медиа.

Восходящий подход отличается тем, что в его основе лежит анализ контента и функциональных требований. Определив, как будет выглядеть будущий контент и какие медийные платформы потребуются для его создания, можно объединить частные примеры в более крупные рубрики и создать структуру, отражающую цели проекта и его стилевые особенности.

Безусловно, для успешной реализации идеи на практике необходимо совмещать принципы обоих подходов. Однако мы считаем, что при работе над мультимедийным проектом восходящий подход играет главную роль. Разнообразие контента становится главным фактором, оказывающим влияние на архитектурную схему сетевого проекта. Особенно это справедливо для научно-популярных онлайн-медиа, где в первую очередь происходит поиск оптимальных форм подачи большого количества мультимедийной информации.

После определения принципов расположения контента следует этап работы над **дизайном навигации** – этап «визуализации принципов организации сайта» и создания системы вертикальных и горизонтальных

¹⁹ Гарретт, Дж. Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия / пер. с англ. СПб, 2008. С. 102 – 103.

связей между компонентами сетевого проекта²⁰. На этой ступени создания композиционно-графической модели упорядочивается имеющийся контент, продумывается система рубрикации.

Дизайн навигации выполняет две функции: перехода из одной точки сайта в другую и ориентирования в процессе выбора маршрута. Первая функция выполняется с помощью системы гиперссылок, расположенных в разных блоках страницы. Исполнение ориентационной функции требует больше усилий, поскольку у каждого пользователя могут возникнуть собственные цели, и задача дизайнера – продумать логичные и быстрые варианты их достижения.

Важным аспектом ориентирования становится соответствие пользовательским привычкам: расположение меню, переходы между разделами, доступ к тому или иному виду контента – эти и другие возможности должны быть представлены в знакомых пользователю формах. Дизайнеры, следуя за привычками аудитории, самостоятельно создают шаблоны, на которые ориентируются и их будущие конкуренты.

Для ориентирования пользователя в рамках сайта на практике были выработаны *типы систем навигации*²¹, актуальные и для медиапроектов:

1. *Глобальная навигация*²² – обеспечивает переход из отдельного раздела в значительную часть других разделов.
2. *Локальная навигация*²³ – предоставляет доступ к соседним по иерархии разделам, основные маршруты пролегают через главную страницу.
3. *Дополнительная навигация*²⁴ – обеспечивает более быстрый доступ к связанному с текущей страницей контенту без необходимости

²⁰ Беляев А. А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта // Медиаскоп, 2009. URL: www.mediascope.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта.

²¹ Гарретт, Дж, приведенное издание. С. 131 – 135.

²² Приложение 1, рис. 1.

²³ Приложение 1, рис. 2.

²⁴ Приложение 1, рис. 3.

возврата в стартовую точку. Связи между тематически объединенными страницами создаются с помощью метаданных – кратких гипертекстовых меток, унифицированных в рамках данного медиапроекта.

4. *Контекстная навигация*²⁵ – встроена в содержимое страницы (например, гиперссылка в тексте на странице), пользователь создает уникальные маршруты в зависимости от своих интересов.
5. *Сервисная навигация* – предоставляет доступ к справочным элементам, к которым пользователь обращается в случае необходимости. Примерами служат разделы «О проекте», «Контакты», формы обратной связи.

Все перечисленные типы систем навигации могут использоваться одновременно на одной сетевой платформе, однако предпочтение обычно отдается одному или двум подходам.

На уровне создания дизайна навигации особое внимание стоит уделить ***прототипированию разделов*** будущего сетевого проекта. Прототипом называется подробный макет страницы или «набор логически связанных между собой схем веб-страниц, в своей совокупности демонстрирующих структуру и механику работы сайта»²⁶. Создание прототипа дает дизайнеру возможность вкуче представить проектируемые элементы навигации как для себя, так и для заказчика и продумать их взаимодействие еще до работы над графическим оформлением.

В мультимедийном проекте принципы прототипирования диктует контент. Видео, аудио, текст, иллюстрации – у макета страницы, где представлены перечисленные медиаплатформы, существуют свои композиционные особенности, которые мы рассмотрим подробнее во второй главе нашего исследования. Отметим, что одна из особенностей мультимедийных проектов – адаптивность дизайна – серьезно влияет на

²⁵ Приложение 1, рис. 4.

²⁶ Бабаев А. А., Боден М. М., Евдокимов Н. В. Создание сайтов. СПб, 2014. С. 17.

прототипирование и создание модульной сетки электронного медиа. Дизайн должен подстраиваться под ширину экрана устройства, при помощи которого пользователь находится на странице, а значит наличие сетки как таковой отходит на второй план.

Таким образом, задача дизайнера на этапе дизайна навигации – создать детализированную картину сетевого проекта, элементы которой помогут выполнению всего спектра навигационных функций²⁷.

Завершающий этап создания композиционно-графической модели онлайн-медиа – **работа над графической составляющей**. Его компонентами являются выбор цветового решения, типографики и дизайн элементов интерфейса.

Цвет. Выбор основных цветов для сетевой платформы обычно основан на «противоположных и взаимодополняющих принципах единства и контраста»²⁸. Контрастное цветовое зонирование способно выполнять четыре функции для усиления эффективности контента:

- *акцидентальная* – указание на важный информативный элемент;
- *аффордативная* – цвет как показатель интерактивности элемента;
- *селективная* – разграничение элементов;
- *аффективная* – активизация эмоций пользователя.

В случае мультимедийного проекта, на одной странице которого может располагаться несколько видов контента, контраст успешно помогает разделить содержимое на группы. Также использовать контрастные цвета можно для большего разграничения рубрик.

Во многих практических руководствах по данной теме распространено мнение об ассоциациях и символических значениях цвета. Однако

²⁷ Беляев А. А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта // Медиаскоп, 2009. URL: www.mediascore.ru/навигация-как-ключевой-компонент-визуальной-организации-веб-сайта.

²⁸ Кирсанов Д. М. Веб-дизайн. СПб, 1999. С. 89.

исследователи отмечают, что «воздействие цвета оказывается довольно сильным и самопроизвольным только в том случае, когда он является результатом интеллектуального истолкования²⁹». Это утверждение справедливо применить к научно-популярным медиапроектам, которые, как правило, специализируются на одной или нескольких сферах науки. Иногда тема ресурса сама указывает на конкретное цветовое решение. К примеру, онлайн-медиа о науке экологии, скорее всего, будет оформлено в зеленых тонах, связанных в сознании пользователей со здоровым состоянием природной среды. Однако дизайнер может отказаться от ассоциативных значений того или иного цвета и подобрать палитру исходя из функциональности: создать условия для максимальной сосредоточенности читателя и минимизировать факторы, отвлекающие от контента.

Аспект удобочитаемости характерен и для взаимодействия цвета и типографики на сетевой странице. Стандартное сочетание «темный шрифт – светлый фон» обусловлено особенностями человеческого глаза, который сильнее напрягается при недостаточном контрасте³⁰. Обратное решение возможно для акцентуации на важном элементе, однако исследователи веб-дизайна не рекомендуют часто использовать этот прием.

Типографика. При оформлении текстовой информации важно определить, какая функция шрифта в данном случае важнее, – утилитарная или эстетическая. В разговоре об утилитарной функции оценивается роль шрифта: текстовый (наборный), акцидентный (выделительный) или декоративный. На веб-странице чаще используются текстовые шрифты, особое внимание в дизайне которых уделено удобочитаемости длинных строк. Это правило пришло из типографики печатных СМИ вслед за мыслью об «аккуратном обращении со словом»³¹ при выборе шрифта.

²⁹ Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие: Перевод на русский язык с изменениями. М., 1974. С. 316.

³⁰ Самара, Т. Типографика цвета. М., 2006. С. 14.

³¹ Беляев А. А. Актуальные проблемы современной веб-типографики: взгляд в будущее // Вестник Моск. ун-та, 2010. Сер. 10 «Журналистика». С. 15 – 22. С. 22.

Эстетическая функция подразумевает уместность конкретной формы графического знака. В процессе развития типографики были созданы различные шрифты, которые в современной классификации делятся на:

1. рубленые шрифты, не имеющие засечек;
2. шрифты с едва наметившимися засечками (с утолщенными концами вертикальных штрихов);
3. брусковые шрифты (неконтрастные с засечками, равными по ширине основному штриху);
4. контрастные шрифты (с большим различием в ширине основного и дополнительного штриха);
5. классические шрифты (умеренно контрастные с засечками);
6. рукописные шрифты;
7. стилизованные шрифты.

Облик шрифта способен вызвать ассоциации с определенной сферой жизни или историческим периодом, где он обычно применим. И эта особенность исключительно важна для научно-популярных медиа. Так, типографика проекта, посвященного компьютерным технологиям, будет сосредоточена на рубленых шрифтах без антропоморфных элементов. А в случае создания медиа об искусстве эпохи Ренессанса может быть использован шрифт из группы старинных антиквенных.

Как и в печатном издании, в сетевом проекте насчитывается большое количество текстовых элементов различных уровней: заголовки, подзаголовки, подписи разного назначения, основной текст, выделенные фрагменты и цитаты и т. д. На ресурсе, использующем различные мультимедийные средства, эта иерархия может быть еще объемнее. Но подбор отдельного шрифта для каждого уровня может стать ошибкой дизайнера: одного или двух шрифтов (с изменением их насыщенности или кегля) для их визуального отличия будет достаточно.

Принципы подбора сочетающихся шрифтов, равно как и при поиске цветового решения, часто строятся на контрасте. Теоретики и практики веб-

дизайна советуют стремиться к единству противоположностей: шрифты должны различаться по виду, но гармонизировать визуально. Стандартным решением является удачно подобранное сочетание рубленого и засечного шрифтов³².

Элементы интерфейса. При разработке внешнего вида страницы сетевого проекта дизайнеру необходимо продумать стиль элементов визуальной организации, каждый из которых имеет свои свойства цвета и формы. К таким деталям интерфейса можно отнести меню, кнопки, строку поиска по сайту и неактивные элементы, служащие для оформления веб-страницы.

Главная задача в работе над элементами интерфейса – «оформить и расположить визуальные элементы таким образом, чтобы внятно отразить поведение и представить информацию»³³. Они должны отличаться друг от друга, чтобы пользователь легко мог понять функцию каждого и идентифицировать элемент при встрече на любой странице ресурса. Однако нельзя забывать о единстве внешнего вида всего интерфейса и создании фирменного стиля проекта. Стиль обеспечивает узнаваемость, и в этом заключается основная цель проектирования графической составляющей.

Подводя итог исследования композиционно-графической модели сетевого проекта, отметим: на данном этапе дизайнеру предстоит продумать первичную структуру, затем создать прототип с учетом основных навигационных элементов и в завершение предложить вариант удачного визуального облика будущего проекта. На каждом из этих этапов можно выделить особенности КГМ научно-популярного мультимедийного ресурса, структура и внешний вид которого требуют особой проработки.

³² Кирсанов Д. М., приведенное издание. С. 63.

³³ Купер, А. Об интерфейсе: основы проектирования взаимодействия. СПб, 2009. С. 336.

§4. Научно-популярные мультимедийные проекты на российском рынке

Число научно-популярных медиапроектов современного вида резко выросло в последние несколько лет. Одним из первых масштабных примеров считается «ПостНаука» – проект, созданный в 2012 году и посвященный современной фундаментальной науке. Вслед за ним появились сетевые медиа о других научных сферах. Флагманом популяризации гуманитарного знания можно назвать проект «Арзамас», который был запущен в 2015 году и подогрел общественный интерес к истории и искусству. Пользовательский спрос вызвал создание таких тематических аналогов медиапроекта «Арзамас», как онлайн-версия журнала об истории «Дилетант», проектов «1917. Свободная история» и «Магистерия» и некоторых других.

Перечисленные платформы являют собой многообразие жанров и форматов представления информации просветительского характера. С их помощью создатели этих проектов ведут поиск новых стратегий общения с аудиторией и подходов к популяризации гуманитарных наук. Именно эти порталы мы выбрали в качестве ближайших аналогов разрабатываемого нами онлайн-проекта. Рассмотрим их содержание и особенности композиционно-графической модели.

4.1. «Арзамас»

Тематическая концепция. «История, литература, искусство в лекциях, шпаргалках, играх и ответах экспертов: новые знания каждый день»³⁴ – так звучит определение некоммерческого научно-популярного проекта «Арзамас» (arzamas.academy). Медиа ориентируется на аудиторию

³⁴ Главная страница проекта «Арзамас». URL: arzamas.academy.

всех возрастов, объединенную интересом к гуманитарным наукам. По словам главного редактора проекта Филиппа Дзядко, изначально «Арзамас» задумывался как хранилище видеолекций гуманитарных ученых, однако в процессе пополнения контента редакция приняла решение «сопровождать лекции сопутствующими материалами, расширяющими контекст»³⁵. Сегодняшняя структура медиапроекта делится на две основные части – разделы «Курсы» и «Журнал». Контент в обоих разделах сгруппирован по тематическому признаку: материалы об истории, искусстве, литературе и антропологии. В завершение каждого текстового материала в обязательном порядке приводится список источников – элемент научной статьи, гарантирующий, что информации с данного научно-популярного ресурса можно доверять, а при необходимости – проверить ее.

Мультимедийный контент. При создании контента в проекте «Арзамас» задействованы все медийные платформы: текст, видео, аудио и иллюстративный материал: материалы сопровождаются фотографиями, инфографикой, документами, репродукциями произведений искусства.

В основе большинства материалов медиапроекта лежит текст. Среди них встречаются традиционные текстовые жанры: к примеру, классическое интервью с экспертом, к которому прилагается фотография-портрет интервьюируемого³⁶. Однако более объемные тексты обязательно сопровождаются аудиовизуальным контентом: фотогалереями, аудио- и видеоиллюстрациями, что позволяет считать их примерами жанра лонгрида. В разделе «Курсы», выполненном в формате сборника образовательных программ, помимо материалов для чтения используются жанры видео- и аудиолекций, подкастов, в среднем длящихся 10–15 минут.

³⁵ «Это как «Афиша», только про Новгород XII века»: как делается проект «Арзамас». URL: daily.afisha.ru/archive/vozduh/technology/eto-kak-afisha-tolko-pro-novgorod-xii-veka-kak-delaetsya-proekt-arzamas/.

³⁶ Приложение 2.

Одним из значимых жанров, используемых на «Арзамасе», являются интерактивные игры и тесты, направленные на получение или проверку знаний в развлекательной форме. Оригинальным контентом можно назвать паззлы, которые можно собирать непосредственно на веб-странице³⁷.

Дизайн навигации. Опираясь на приведенную выше классификацию Дж. Гарретта, можно утверждать, что в проекте «Арзамас» использованы все виды навигации. Возможности глобальной навигации созданы при помощи расположения после основного материала блоков, направляющих пользователя к случайно выбранным материалам из других разделов. Также при помощи системы тегирования создается дополнительная навигация, позволяющая перейти к материалам схожей тематики: к примеру, «Мифы» или «Америка». В самом тексте встречаются слова-ссылки, отправляющие к поясняющим материалам – признак контекстной навигации.

Локальная навигация реализована в кнопках «Предыдущий материал» и «Следующий материал», которые делают удобным прохождение курсов³⁸. И, безусловно, сервисная навигация в нижней части страницы включает разделы «О проекте», «Лекторы», «Лицензия» и ссылки на страницы ресурса в социальных сетях.

Цветовое решение проекта «Арзамас» построено на упомянутом выше принципе контраста. В основе фона всех страниц лежат монохромные цвета, чередующиеся между собой и тем самым разделяющие контент на смысловые блоки. Особенно четко этот прием виден на главной странице³⁹. При оформлении иконок или фонов конкретных материалов используются градиенты насыщенных цветов: фиолетового, красного, желтого, синего и некоторых других. Какой-либо отсылки к значению цвета в этих элементах не содержится, они призваны добавить красочности внешнему виду макета и

³⁷ Приложение 3.

³⁸ Приложение 4.

³⁹ Приложение 5, рис. 1.

создать визуальное единообразие иллюстраций совершенно разных оттенков⁴⁰.

Типографика. Заголовки на страницах могут быть выполнены в двух вариантах. Названия основных рубрик и разделов написаны антиквенным шрифтом Lava Pro. Этот текст в силу его полужирного начертания легко прочитать как выполненным черным на белом фоне, так и белым на черном. Для второго уровня заголовков – названия отдельных материалов – используется рубленый шрифт Formular. Сочетается он с засечным шрифтом основного текста Lava Pro Regular, что является классическим решением контраста в типографике⁴¹. Ключевые цитаты и блоки текста могут быть выделены курсивом или полужирным начертанием того же шрифта с засечками.

Интерфейс «Арзамаса» соответствует современным тенденциям веб-дизайна. Он выглядит легким за счет визуального оформления элементов. В частности, кнопки выполнены в стиле минимализма – прямоугольник с тонкой обводкой границы содержит в себе текстовое пояснение или стрелку, символизирующую переход вглубь раздела. Собственный фон у таких плоских кнопок отсутствует и сливается с общим фоном страницы.

Часто для перехода к тому или иному материалу не требуется кнопки «Дальше» или «Читать». Иллюстрация в сочетании с заголовком становится самостоятельным интерактивным элементом. Такие элементы на «Арзамасе» в разных местах ресурса могут реагировать на наведение указателя мыши по-своему: изображение увеличивается, меняется степень скругленности границ, происходит затемнение или осветление текста.

Строка поиска⁴² вызывается нажатием на иконку лупы в правом верхнем углу экрана, которая находится там постоянно и легко обнаруживается. Фрейм поисковой строки растягивается на всю ширину

⁴⁰ Приложение 5, рис. 2.

⁴¹ Приложение 6.

⁴² Приложение 7, рис. 1.

экрана, а запрос вводится нарочито большим кеглем – это особенность адаптивного дизайна, которая позволяет сделать поиск визуально удобным для устройства с любым разрешением. Смысловые блоки на странице часто разделены тонкими серыми линиями⁴³. Они не отвлекают на себя внимания и служат для структуризации пространства.

Подведем итог исследования медиапроекта «Арзамас». Внутренняя организация мультимедийного контента имеет сложный характер. Материалы связаны между собой разными навигационными формами, и это обусловлено задачей проекта – предоставить пользователю возможность самостоятельного выбора контента на интересующую его тему. Дизайн сетевой платформы подчиняется основной характеристике материалов. Редакторы «Арзамаса» подают сведения гуманитарных наук в развлекательном ключе, проводят параллели между историей и современностью. Поэтому внешний облик медиапроекта соответствует многим особенностям современного веб-дизайна. Таким образом, мы можем сделать вывод, что композиционно-графическое проектирование ресурса помогает в реализации его целей.

4.2. «Дилетант»

Тематическая концепция. *diletant.media* – это научно-популярный сетевой проект о мировой истории. Он стал онлайн-продолжением одноименного печатного журнала, который издается с 2012 года. Ресурс создан для тех, кто хочет повысить свой уровень знания событий прошлого, не обращаясь к учебникам и справочной литературе. В многочисленных рубриках содержатся различные форматы и жанры подачи информации, что делает «Дилетант» интересным для изучения ресурсом.

Мультимедийный контент. В основе сетевого проекта «Дилетант» лежат текстовые материалы с иллюстративным сопровождением. Но для создания разнообразного контента используются возможности и других

⁴³ Приложение 7, рис. 2.

медийных платформ. Отдельно представлены аудиозаписи голосов русских классиков, читающих свои стихотворения. В разделе «Видео» собраны старые клипы, исторические видео и записи военных действий.

Примерами синтетических жанров сетевых изданий в «Дилетанте» становятся интерактивные иллюстрации⁴⁴ – репродукции известных полотен на историческую тему, на которых расположены активные элементы. При наведении на любой из них появляется сноска с информацией о том, что изображено в данной части картины. Также на ресурсе представлено большое число интерактивных игр и тестов на знание исторических реалий той или иной эпохи.

Дизайн навигации. Отметим, что в структуре ресурса сложно разобраться. Разделы главного меню семантически не равны между собой: здесь в один ряд поставлены как рубрики и новости, так и условия размещения рекламы на портале или оформление подписки на журнал «Дилетант». При наведении мыши на раздел «Рубрики» появляется большое выпадающее меню с несколькими уровнями внутреннего деления⁴⁵. Перемещение между этими разделами затруднено, потому что каждый раз приходится повторять путь до выпадающего списка.

Пользователю легче ориентироваться на главной странице, которая состоит из анонсирующих блоков, отсортированных по дате обновления. Однако в таком случае он может упустить из виду интересующие его материалы, если их оттеснят вниз более свежие.

Что касается дизайна навигации внутри тематических разделов, то в отдельных материалах используются контекстный и дополнительный типы – ссылки в теле текста и метки в конце.

Цветовое решение. В палитру «Дилетанта» включены монохромные цвета, оттенки серого и темно-золотой цвет для выделения интерактивных элементов. Этого набора вполне достаточно для создания фирменного стиля

⁴⁴ Приложение 8.

⁴⁵ Приложение 9.

онлайн-издания. Однако в дизайне интерфейса встречаются другие цвета, которые мешают достижению этой цели. Так, при наведении на область заголовка внутри раздела цвет текста меняется на темно-золотой, а вокруг иллюстрации появляется ярко-зеленая обводка⁴⁶. На наш взгляд, такой цвет обводки не оправдан и препятствует созданию единого стиля медиапроекта.

Типографика. При изучении выбора шрифтов обнаруживается ненужная вариативность в оформлении одинаковых по значению текстовых частей. К примеру, в материалах из раздела «Статьи» для основного текста используется классический шрифт Georgia. А в разделе «Видео&Аудио» эту роль выполняет рубленый шрифт Proxima Nova.

Все заголовки материалов проекта набраны курсивным начертанием Georgia. Шрифт, более характерный для печатных изданий, с одной стороны, не соответствует тенденциям современного веб-дизайна, который тяготеет к прямым начертаниям и гротесковым шрифтам. Но с другой – связывает ресурс с его журнальным аналогом и вызывает дополнительные ассоциации: засечные шрифты, безусловно, выглядят более классичными, и этим можно оправдать их использование в научно-популярном проекте, посвященном изучению прошлого.

Рассмотрим оформление основных *элементов интерфейса*. Строка главного меню выполнена без подложки, названия разделов набраны шрифтом полужирного начертания, и их цвет меняется с черного на фирменный темно-золотой при наведении.

Анонсирующие блоки на главной странице имеют очерченные тонкой линией границы, более насыщенная обводка появляется при наведении. Отметим, что анонсы из рубрики «Документ» имеют реалистичную подложку в виде старого скоросшивателя⁴⁷. Эти блоки выбиваются из общего ряда и, безусловно, привлекают к себе внимание. Однако с точки зрения единого стиля такая подложка выглядит дисгармонично. Некоторые блоки

⁴⁶ Приложение 10.

⁴⁷ Приложение 11.

рядом с названием рубрики имеют схожие по смыслу иконические изображения. К примеру, около названия «Экскурсии» изображен силуэт шагающего человека. Однако в самом разделе «Экскурсии» этот элемент не повторяется, а значит, только дублирует смысл заголовка рубрики на главной странице, в чем нет необходимости.

В конце текстовых материалов располагается фрейм с логотипом издания. Эта традиция, очевидно, перешла на веб-страницу с полос журнала «Дилетант». Однако элемент используется далеко не во всех материалах, отчего его значение завершающего символа теряется.

В заключение анализа научно-популярного портала «Дилетант» хочется отметить, что в организации большого количества мультимедийного контента допущены некоторые недочеты. Присутствуют они и в графической части: нами были обнаружены элементы, которые не содержат смысловой нагрузки и стилистически важного значения. Все это увеличивает число ошибок пользователя при поиске интересующего его материала, в следствие чего появляются риски сокращения числа аудитории проекта.

4.3. «Магистерия»

Тематическая концепция. Бета-версия проекта «Магистерия» – magisteria.ru – стартовала в начале 2017 года. Ресурс направлен на популяризацию знаний в нескольких областях – музыке, религии, философии, искусстве и литературе. Особенностью портала является подача материалов: за основу взят аудиальный канал, с помощью которого транслируются лекции ученых. «Магистерия» сконцентрирована на персоналиях своих экспертов как основных источниках гуманитарного знания. «Стоит нам услышать живую, осмысленную речь знатока своего дела – и мы сразу выделяем его слово в белом шуме информационной эпохи»⁴⁸, – сказано в слове главного редактора проекта Андрея Борейко.

⁴⁸ От редактора. URL: magisteria.ru/about/.

Пополняя основные разделы новыми курсами, которые состоят из определенного числа аудиозаписей, редакция создает онлайн-университет гуманитарных наук. Этим объясняется большая продолжительность аудиоматериалов: они становятся полноценными лекциями. «Студенту» – заинтересованному пользователю – предлагается возможность авторизации на ресурсе и сохранения своего прогресса.

Мультимедийный контент. Основное наполнение сайта составляют аудиолекции продолжительностью от 30 до 65 минут. Закадровый голос диктора сопровождается сменяющимися иллюстрациями, репродукциями произведений искусства и документов, что дает нам право определить этот жанр, как аудиослайд-шоу. Плеер «Магистерии» интерактивен: справа пользователь может найти «Оглавление», выбрать из списка интересующий его фрагмент лекции, и запись автоматически начнется с нужного момента⁴⁹. Также, не отрываясь от прослушивания, можно получить сведения о лекторе, пройдя по ссылке рядом с его именем. На связанной с аудиолекцией странице приведена текстовая версия записи и раздел «Галерея», в котором собраны все использованные в слайд-шоу иллюстрации.

Дизайн навигации. Главным типом навигации на медиаресурсе «Магистерия» становится локальная навигация. С главной страницы пользователь попадает на страницу выбранного курса – к примеру, «Литургический год с И. С. Бахом»⁵⁰ из раздела «Музыка» – и перемещается по входящим в его состав лекциям. После прослушивания одной из них возможен переход к предыдущей и следующей лекции. К другим курсам и разделам сайта («Искусство», «Литература», «Религия», «Философия») можно перейти, только вернувшись на главную страницу. Однако нельзя считать это недостатком дизайна навигации. Материалы, представленные в каждом курсе, большие по объему, и для их изучения пользователю требуется много времени. А это значит, что у него нет необходимости быстро

⁴⁹ Приложение 12.

⁵⁰ Приложение 13.

перемещаться между разными тематическими разделами, стремясь получить фрагментарную информацию для собственного развлечения. Пользователь «Магистерии» четко представляет себе расположение контента сайта и без особых усилий продвигается вниз по иерархии каждого раздела.

Цветовое решение. В дизайне ресурса цвет используется исключительно для визуального разграничения блоков на страницах. Каждому курсу присвоен свой фоновый цвет: так, «Введение в философию Аристотеля» располагается на светло-желтом фоне, «Пушкин: однажды и навсегда» – на фоне оттенка розового⁵¹. Дополнительной смысловой нагрузки, кроме зонирования страницы, цвета не несут.

Типографика проекта аскетична и состоит из шрифтов одной группы – PT Serif и PT Sans. Последний используется в оформлении элементов интерфейса – кнопках и ссылках на лекцию с главной страницы. В остальных случаях использован засечный PT Serif в разных начертаниях и размерах. Заголовки на главной странице выполнены кеглем в 54 пункта и привлекают к себе внимание. На странице курса заголовки набраны полужирным начертанием. Шрифт основного текста имеет обычное начертание и крупный кегль в 20 пунктов, что способствует его удобочитаемости.

В начале каждой текстовой расшифровки аудиозаписи на странице лекции используется буквица. С одной стороны, этот элемент оформления ассоциируется с классической книжной версткой и подчеркивает тематические особенности медиаресурса. С другой стороны, буквица не выглядит нарочито книжной: для нее выбран рубленый шрифт, характерный для веб-среды, отсутствуют дополнительные элементы и украшения.

Элементы интерфейса на страницах «Магистерии» представлены в небольшом количестве. Согласно идее проекта, основная роль в дизайне интерфейса принадлежит кнопке проигрывания записи⁵². Ее внешний вид не

⁵¹ Приложение 14.

⁵² Приложение 15.

отличается от привычной пользователю кнопки на аудиоплеере, поэтому текстовое пояснение функции элемента отсутствует.

Главное меню состоит из названий тематических разделов, набранных капителью основного шрифта. Около названия каждого курса расположена иконка «Избранное» в форме пятиконечной звездочки – этот элемент также привычен интернет-пользователю и не требует словесной интерпретации. Число рядом с иконкой показывает, сколько человек оценили материал.

После анализа композиционно-графической модели и контента медиапроекта «Магистерия», стоит отметить, что на первом этапе своего развития ресурс обладает несложной структурой и задействует минимальный набор визуальных решений. Возможно, в связи с увеличением контента внутренняя организация «Магистерии» будет меняться, и вместе с новыми возможностями появятся новые элементы оформления.

4.4. «Проект 1917»

Тематическая концепция. Проект «1917. Свободная история» (project1917.ru) можно назвать групповым портретом Великой русской революции, столетию которой он посвящен. История одного года из жизни России представлена здесь в оригинальной форме – весь ресурс построен по принципу социальной сети, содержимое которой обновляется в режиме реального времени. «Заходя на сайт, вы каждый день узнаете о том, что произошло ровно сто лет назад с героями и всей страной»⁵³, – рассказывают авторы проекта.

Известным современникам государственного переворота присвоены отдельные профильные страницы, где содержится вся информация о них: этапы биографии, интересы, политическая ориентация, а также список «друзей», с которыми герои поддерживали связь. Записи в индивидуальной ленте – это цитаты из воспоминаний, писем, дневников и других

⁵³ Что такое «1917. Свободная история»? URL: project1917.ru/about.

документальных источников, многие из которых еще не были опубликованы. Пользователь может оценивать контент на каждой странице, делиться в социальных сетях и оставлять комментарии. Создатели ресурса считают «Проект 1917» способом оживить прошлое и приблизить его к настоящему.

Мультимедийный контент создается по аналогии с наполнением социальных сетей. К постам в профилях современников революции могут быть прикреплены аудио- и видеофайлы, иллюстративный материал, документы и т. д. Однако проект не ограничивается профильными страницами людей из прошлого. В его структуре созданы дополнительные разделы, наполненные контентом мультимедийных или синтетических жанров. Например, интерактивная карта «4 дня революции»⁵⁴ наглядно представляет местоположение и время событий, произошедших в период с 12 по 16 марта 1917 года. Иконки располагаются на современных картах, что усиливает связь между эпохами и одновременно упрощает географическое представление произошедшего.

В структуре проекта присутствует и раздел «Видео», где располагаются мультипликационные короткометражные фильмы с закадровым текстом, посвященные основным событиям 1917 года. Также на страницах «Проекта 1917» размещены игры, выполняющие чисто развлекательную функцию. К примеру, игра «Не пусти Ленина в Россию» не требует знаний в области истории. Однако просветительский элемент в этой игре тоже присутствует и выражается в обновляемых цитатах исторических персонажей о попытках В. И. Ленина попасть в Россию⁵⁵.

В основе **дизайна навигации** лежит контекстный тип, так как в коротких записях на профильных страницах часто встречаются гиперссылки на другие страницы «Проекта 1917» или сторонние ресурсы. Они автоматически отправляют пользователя по заданному маршруту для дальнейшего изучения того или иного события.

⁵⁴ Приложение 16.

⁵⁵ Приложение 17.

Цветовое решение. Социальные сети часто выбирают в качестве основного цвета синий и его оттенки. «Проект 1917» повторил эту особенность для большей схожести с реальными аналогами. Отдельно стоит сказать об оформлении главных фотографий в профилях исторических деятелей. Известно, что в эпоху революции фотография была только черно-белой. Но создатели проекта отказались от монохромности, которая в социальных сетях используется довольно редко, и каждая иллюстрация обрела прозрачное наложение градиента. Сочетания цветов в этих случаях самые разные, от красного до фиолетового. Такой прием одновременно создает и единообразие, и вариативность внешнего вида страниц.

Типографика ресурса заключена в вариациях единственного рубленого шрифта Graphik Web. Шрифты без засечек тоже считаются характерной чертой оформления социальных сетей. Соответствуют этой идее и **элементы интерфейса**: иконки «Мне нравится», «Комментировать», «Поделиться»⁵⁶, оформление каждой записи отдельной плашкой, использование смайлов как обозначения положительного или отрицательного события и многие другие.

Таким образом, на каждом этапе создания композиционно-графической модели «Проекта 1917» была успешно реализована основная идея авторов. Проект пользуется большой популярностью: на странице в социальной сети «ВКонтакте» к апрелю 2017 года было 183307 подписчиков, на странице в «Facebook» – 29228 отметок «Нравится».

Подведем итоги исследования мультимедийных проектов научно-популярной направленности. В первую очередь, отметим разнообразие форматов и жанров, использованных для представления гуманитарного знания. Аудиослайд-шоу, интерактивные карты и иллюстрации, видеолекции, игры – эти и многие другие материалы дополняют текстовое

⁵⁶ Приложение 18.

содержание проектов, становясь эффективными способами получения информации просветительского характера.

Структура мультимедийных проектов сложная и многоуровневая, поэтому создать удобный дизайн навигации удастся не всегда, свидетельством чему является онлайн-издание «Дилетант». К тому же, на навигационные особенности оказывает сильное влияние содержимое того или иного ресурса. Так, главным типом навигации на медиаресурсе «Магистерия» становится локальная навигация, которая дает пользователю возможность свободного перемещения только в рамках одного раздела. Это обусловлено большим объемом информации в каждом разделе, который не связан с другими тематически, а значит, быстрый переход к ним не требуется. Контент проекта «Арзамас», напротив, часто связан с другими материалами, поэтому в его рамках задействованы все типы навигации.

При создании графической составляющей рассмотренные нами проекты зачастую стремятся соответствовать привычкам интернет-пользователя. В связи с этим дизайн подчиняется современным тенденциям веб-сферы и иногда имитирует элементы интерфейса социальных сетей (ярким примером этому можно считать «Проект 1917»). Однако в оформлении подобных ресурсов могут использоваться правила, пришедшие из верстки печатных СМИ: им следует, например, сетевой проект «Дилетант». Особо хочется отметить общие тенденции в цветовой палитре: приглушенные темные цвета выполняют функцию зонирования и контрастного выделения, одновременно не создавая лишнего контраста и не раздражая глаз пользователя при длительном чтении.

ГЛАВА 2. ТЕМАТИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ И КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ СЕТЕВОГО МЕДИАПРОЕКТА «PRO РУССКИЙ»

§1. Тематическая концепция проекта

1.1. Цели и задачи

Научно-популярный сетевой медиапроект «PRO Русский – ресурс профессионального русского языка» сосредоточен на языке сфер профессионального общения. Основой для запуска стало соглашение между Министерством образования и науки Российской Федерации и Санкт-Петербургским государственным университетом о предоставлении гранта в рамках федеральной целевой программы «Русский язык» на 2016 – 2020 годы. Данный проект направлен на «мультимедийное обеспечение защиты и продвижения русскоязычной терминологии в профессиональных сферах».

СПбГУ как авторитетный источник гуманитарного знания считает своей целью популяризацию русского языка как государственного, объединение различных пространств его применения и создание живой совокупности лексических форм, понятных широкой аудитории. В рамках данного проекта планируется сосредоточиться на языках сфер профессионального общения и сделать специальные термины предметом публичного интереса. Чтобы рассмотрение проблематики лингвистического характера не превращалось в узкоспециальный предмет, внимание создателей проекта обращается к контексту той или иной профессиональной среды. Такое погружение в мир отдельной профессии придает содержимому ресурса не только познавательный, но и развлекательный характер.

Дополнительными результатами реализации проекта можно считать:

– расширение русскоязычного словарного запаса широкой аудитории и повышение ее коммуникативных возможностей в ситуации общения с представителями различных профессий;

– формирование представления о русском языке как увлекательной профессионально-культурной среде, являющейся органичной частью русского языка как государственного;

– накопление и обобщение нового материала для расширения научно-исследовательской деятельности в сфере изучения русского языка, привлечение к этой работе студентов и преподавателей СПбГУ разных направлений подготовки.

Исполнителями проекта являются филологический факультет СПбГУ, оказывающий экспертную поддержку, а также Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, обеспечивающая разработку концепции и техническое производство контента. Для создания содержимого онлайн-издания «PRO Русский» используются все медийные платформы. На его страницах присутствуют видеосюжеты и подкасты, фотографии и инфографика, журналистские тексты и научные статьи, интерактивные игры и тесты. Важно отметить практическую значимость ресурса для студентов, участвующих в создании научно-популярных материалов: проект становится новой, авторитетной площадкой для будущих теле-, радиокорреспондентов и журналистов печатных СМИ.

Проект «PRO Русский» – это научно-популярный ресурс, благодаря которому любой пользователь может получить доступ к экспертной точке зрения на малоисследованные аспекты русской лингвистики. Данная платформа имеет академически сдержанный характер, однако при создании контента исполнители ориентируются на главный принцип эдьютейнмента – «обучать, развлекая». Эта особенность способна сделать его популярным среди широкой и разнообразной аудитории.

1.2. Сегментация аудитории

Определение своего адресата – важнейший фактор организации работы любого средства массовой информации. Однако при разработке сетевых медиапроектов на этом этапе определения возникает множество сложностей, которые обусловлены характером интернет-аудитории – ее многочисленностью, анонимностью, «рассеянностью в пространстве и времени»⁵⁷.

Основная цель проекта «PRO Русский» – популяризация русского языка среди широкой аудитории – подразумевает достаточно общий потребительский профиль. Еще более пространным его делает взгляд на русский язык сквозь призму разных профессий, что может привлечь представителей любой профессиональной сферы, лингвистические особенности которой освещены на ресурсе. В связи со сложностью создания единого потребительского портрета было решено разделить аудиторию проекта на два типа, особенности которых мы рассмотрим далее. Для обозначения различий между двумя выделенными категориями аудитории проекта мы будем использовать следующие факторы сегментации⁵⁸: географический, демографический, социально-экономический, поведенческий и психографический.

1. *Географический*: деление аудитории по географическим единицам: страна, регион, город и т. д.

Тематика ресурса предполагает интерес потребителя из любого региона России и, возможно, из стран, где русский язык используется для межличностного общения. Контент проекта «PRO Русский» представляет ценность как для жителя мегаполиса, так и для провинциальных городов страны. Ресурс обеспечивает доступ к публикациям и комментариям экспертов, представляющих один из лучших университетов России. Такой

⁵⁷ Жебит М. Э. Факторы сегментации аудитории интернет-СМИ // Вестник МГУП, 2012. №6. URL: cyberleninka.ru/article/n/factory-segmentatsii-auditorii-internet-smi.

⁵⁸ Голубков Е. П. Маркетинговые исследования. СПб. 1999. С. 26.

материал особенно будет полезен для школьников и учителей отдаленных регионов, не имеющих возможности постоянного взаимодействия с кругом ученых-лингвистов из СПбГУ.

2. *Демографический*: ориентация на такие характеристики, как пол, возраст потребителя, его семейное положение, национальные и религиозные признаки.

Охват аудитории с точки зрения возраста довольно широк. Младшие ее представители – школьники старших классов (16-18 лет). Средняя и старшая возрастные группы – пользователи, не достигшие или достигшие пенсионного возраста – состоят из представителей различных профессиональных сфер, школьных учителей и преподавателей университетов. Сложно наметить для этих групп какие-либо возрастные пределы, однако предполагается, что внимание онлайн-ресурсу будут уделять люди не старше 70 лет.

Гендерные характеристики для данного проекта не имеют важного значения, равно как и семейное положение потребителя, его религиозные взгляды, национальная и расовая принадлежность. Основной характеристикой здесь становится знание русского языка на среднем и высоком уровне.

3. *Психографический фактор* учитывает личные вкусы и предпочтения потребителя, особенности его образа жизни. Представители разновозрастной аудитории проекта «PRO Русский» имеют общие привычки, а точнее – потребность в получении новых знаний и саморазвитии. Школьники и учителя, студенты и преподаватели, а также представители других профессиональных сфер обращаются к научно-популярному ресурсу в свободное от учебы или работы время. Их объединяет интерес к изучению аспектов русского языка, пополнению словарного запаса новой лексикой.

4. *Поведенческий фактор*: деление аудитории на группы по отношению к тематике СМИ, реакции на него. Здесь важна сегментация по статусу пользователя (непользователь, постоянный пользователь,

потенциальный пользователь); частота пользования ресурсом и уровень лояльности к нему.

Этот фактор подкрепляет разделение аудитории проекта на два типа. В связи с ним при создании композиционно-графической модели проекта «PRO Русский» мы будем ориентироваться на ту часть аудитории, которая связана с лингвистической сферой и воспринимает ресурс как платформу для получения знаний от компетентного источника – научного сообщества СПбГУ. А при создании контента следует ориентироваться в том числе на представителей различных профессиональных сфер, поэтому в работе над содержимым мультимедийного проекта было решено усилить развлекательный аспект.

Частота обращения к ресурсу может быть одинаковой для обеих аудиторных групп. Здесь играет роль степень интереса к получению знаний.

5. *Социально-экономический фактор*: акцент на профессиональной принадлежности и уровне образования потребителя. Именно этот критерий сегментации становится основополагающим для разделения аудитории проекта на две категории, поэтому рассмотрим его подробнее.

Обширное исследование русского языка в разрезе профессиональных сфер общения до создания проекта «PRO Русский» не проводилось, и Санкт-Петербургский государственный университет стал инициатором создания новой тенденции в лингвистике. Университет реализует концепцию развития русского языка как государственного, поэтому аудитория проектов, создаваемых на его базе, имеет отношение к профессиональному лингвистическому профилю. *Аудиторию первого типа* составили любители и знатоки русской словесности:

- школьники, интересующиеся русским языком,
- абитуриенты и студенты гуманитарных направлений высшего образования,
- учителя и преподаватели, одним из профилей которых является русская грамматика.

Группа абитуриентов представляет для заказчика проекта особый интерес. Руководство Санкт-Петербургского университета рассчитывает, что эксперты, привлеченные к созданию контента на ресурсе, своим участием обеспечат положительный имидж высшего учебного заведения среди потенциальных студентов. Отдельным способом привлечения внимания абитуриентов к университету и проекту «PRO Русский» стал конкурс на дополнительный балл при поступлении в СПбГУ, который проходит в рамках ток-шоу «Легко сказать».

Для студентов, школьных педагогов и преподавателей высших учебных заведений ресурс может стать не только способом повышения знаний в области русской лингвистики, но и площадкой для собственных публикаций. В разделе «Читать» планируется размещение отобранных текстов и научных статей, соответствующих основной тематике проекта. Эта особенность увеличивает степень интерактивности проекта. А студенты, участвующие в создании контента, автоматически становятся пользователями ресурса, а также могут привлечь к нему внимание родителей, друзей и знакомых, показав им результаты своей работы.

Каждый видеосюжет, выпуск ток-шоу, текстовый или интерактивный материал на ресурсе «PRO Русский» посвящен анализу языка отдельной профессии и создан при взаимодействии корреспондента, эксперта-лингвиста и представителя обсуждаемой сферы деятельности. Таким образом, в процессе создания контента о проекте узнают работники различных профессиональных сфер. Некоторые из них принимают участие в подготовке материала, а большинство обращаются к сетевому проекту с целью проверить или повысить уровень знаний языковых особенностей собственного дела. Изучив материал о своей профессии, они могут обратиться к остальному контенту и остаться на ресурсе. Так формируется *аудитория второго типа* – потребители, возможно, не имеющие глубоких познаний в сфере русской лингвистики, однако заинтересованные в их приобретении. «Так или иначе, все мы соприкасаемся с разными

профессиональными сообществами, относимся к ним или общаемся с их представителями. Поэтому интерес к такому проекту может быть обусловлен чисто личным опытом», – рассказал в экспертном интервью В. П. Летуновский, исполнительный руководитель проекта⁵⁹. Присутствие такой группы пользователей помогает выполнению главной цели ресурса «PRO Русский» – популяризации русского языка как государственного среди широких кругов населения.

Подведем итог: научно-популярный проект «PRO Русский» ориентирован на очень широкую аудиторию, представители которой имеют различные индивидуальные характеристики. Ресурс представляет интерес как для людей, близких к сфере лингвистики, так и для не связанных с русской словесностью профессиональными узлами. Объединяет пользователей проекта стремление к получению новых знаний в сфере русского языка, и СПбГУ предоставляет такую возможность и рекомендует себя в качестве компетентного источника гуманитарного знания.

1.3. Обоснование выбора названия

В названии медиапроекта «PRO Русский» использованы две системы письменности – латиница и кириллица. Первую часть составляет английское разговорное слово «pro», аналог русского сленгового выражение «профи» – «профессионал своего дела». Сленговость понятия продиктована главной идеей проекта: сделать изучение лингвистических сложностей простым для пользователя, популяризировать данную сферу научного знания.

Сочетание латиницы и кириллицы в названии обусловлено несколькими причинами. Во-первых, при таком написании создается дополнительная отсылка к тематике проекта, поскольку многим интернет-пользователям знаком домен .pro – специальный домен общего использования, предназначенный для сайтов профессиональных сообществ.

⁵⁹ Приложение 19.

Таким образом, в названии оказывается зашифрована тематика ресурса – о русском языке профессиональных сфер деятельности.

Во-вторых, при написании английского слова русской транскрипцией возникла бы отчетливая связь со словом «прорусский» – синонимом слова «пророссийский», означающим «действующий в интересах России, поддерживающий Россию, относящийся лояльно к России и русскому народу»⁶⁰. В данном случае морфема «про» имеет другое значение: от лат. *pro* – «за, в пользу». Такое значение не заложено в спектр смыслов названия, поэтому было решено отказаться от варианта названия «ПроРусский».

Отметим, что, несмотря на различие систем письменности, часть «про» на фонетическом уровне приобретает значение своей кириллической транскрипции – предлога «про». Так, в названии может быть подмечена еще одна игра слов: перед пользователем – проект *pro* русский язык.

Также при создании сетевого проекта приходится учитывать еще один фактор: его название должно быть фонетически связано с доменным именем сайта. На этапе выбора доменного имени возникают сложности технологического характера: оно должно быть свободным, легко запоминаться на слух и воспроизводиться пользователем в адресной строке браузера при возникновении такой необходимости. Для размещения ресурса «PRO Русский» был выбран домен *prorus.spbu.ru*, состоящий из сокращенной формы названия и субдомена, отсылающего к площадке-создателю ресурса и его контента – Санкт-Петербургскому государственному университету.

1.4. Рубрикация сетевого проекта

Рассмотрим особенности организации страниц проекта. Согласно определениям Дж. Гарретта, приведенным в первой главе работы, для ее формирования нами был выбран восходящий подход. Другими словами, вначале были определены характеристики контента, который планируется

⁶⁰ Значение слова «пророссийский». URL: rus-gos.spbu.ru/index.php/words/show/13355.

размещать на ресурсе: объем текстовых и интерактивных материалов, продолжительность видео- и аудиозаписей и т. д. После анализа содержимого было решено обосновать рубрикацию проекта в соответствии с используемыми медийными платформами: «Читать», «Смотреть», «Слушать» и «Играть» соответственно. То есть реализовать полимедийный подход, о котором было сказано в первой главе исследования. Это позволяет более успешно упорядочить разноформатный материал в рамках ресурса.

Вначале обратимся к архитектуре *главной страницы ресурса «PRO Русский»*, которая выносит на обозрение пользователя четыре основных рубрики⁶¹. Каждая из них оформлена в самостоятельный блок, в котором присутствует элемент прокрутки нескольких последних материалов. С помощью этой возможности пользователь без перехода вглубь рубрики получает доступ к свежему контенту. Отсутствует прокрутка только в блоке рубрики «Слушать», и это обусловлено особенностями ее внутренней организации, о которых сказано ниже.

Раздел «Смотреть». Рубрики первого раздела имеют наиболее сложную организацию по сравнению с остальными. Каждая из них посвящена отдельному видеопроекту в рамках ресурса «PRO Русский».

«Легко сказать» – рубрика, содержащая в себе все выпуски одноименного ток-шоу. Они представлены на главной странице рубрики и сортированы по дате обновления. При нажатии на иконку того или иного выпуска пользователь попадает на страницу с видеозаписью и кратким описанием ее содержания⁶².

Также внутри рубрики существуют подрубрики с материалами, сопровождающими основные выпуски ток-шоу⁶³. Пользователь может посмотреть отдельные фрагменты передач, перейдя в подрубрики «Слово и дело» и «Говорит улица», или же посмотреть бэкстейдж со съемок ток-шоу

⁶¹ Приложение 21.

⁶² Приложение 22.

⁶³ Приложение 23.

по ссылке «Фотогалерея». Организация этих подрубрик максимально проста: «Слово и дело» и «Говорит улица» выполнены по шаблону страницы с выпусками ток-шоу⁶⁴, а в «Фотогалерее» пользователю представляется выбор слайд-шоу из фотографий с того или иного дня съемок.

Подрубрика «Команда» отчасти выполняет фатическую функцию – «реализацию установки на начало, укрепление, проверку и завершение контакта с аудиторией»⁶⁵. На данной странице размещены сведения о членах команды, которая создает ток-шоу «Легко сказать»: ведущая, режиссеры, операторы, продюсеры. Краткая информация о каждом сопровождается портретом⁶⁶. Фатическая тональность подрубрики «Команда» заключается в сокращении дистанции между создателями программы и зрителем, создании общего круга и иллюзии личного знакомства.

Рубрика «Словарный запас» – регулярно пополняющийся архив видеосюжетов о языке той или иной профессии. Видеосюжет как мультимедийный жанр предполагает небольшой хронометраж: от 2 до 5 минут. Так как объем информации изначально меньше, чем в рубрике «Легко сказать», внутренняя организация «Словарного запаса» сделана более простой. На основной странице рубрики в три колонки представлены все видеосюжеты программы⁶⁷. Дойти до того или иного выпуска пользователь может в один шаг, выбрав из общего списка заинтересовавшую его профессию, обозначенную под каждой из иконок.

В этой рубрике нет раздела «Команда», и это обусловлено регулярной сменой состава, работающего над программой. «Словарный запас» – площадка для практики студентов кафедры телерадиожурналистики

⁶⁴ Приложение 24.

⁶⁵ Корнилова Н. А. Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.01.10. / Корнилова Н. А. // Человек и Наука, 2013. URL: cheloveknauka.com/faticheskaya-rech-v-massmedia-kompozitsionno-stilisticheskie-formy. С. 11.

⁶⁶ Приложение 25.

⁶⁷ Приложение 26.

факультета журналистики СПбГУ. Определенного корреспондентского штата у проекта нет, в каждом выпуске появляется новое лицо.

Первая страница *раздела «Читать»* состоит из блоков, анонсирующих представленные на ресурсе тексты⁶⁸. Каждый блок состоит из названия материала, краткой аннотации и иллюстрации сопровождающего характера. Страница анонсов разделена на две колонки для более компактного размещения контента и одновременного представления пользователю нескольких материалов для ознакомления.

Текстовый контент, публикуемый на страницах проекта «PRO Русский», направлен на достижение главных целей проекта – расширить понимание русского языка как государственного за счет толкования профессиональной терминологии и перевести ее в разряд общеупотребительной лексики. Авторами материалов становятся студенты и преподаватели гуманитарных направлений СПбГУ. Планируется, что в дальнейшем научные статьи, опубликованные на ресурсе, смогут стать материалом для курсовых и выпускных квалификационных работ.

Для сопровождения отдельного текста в разделе «Читать» могут использоваться различные медийные платформы: слайд-шоу с иллюстрациями по теме, видео- или аудиоиллюстрации. Также объемные блоки текста могут быть разделены крупно выделенными цитатами и блоками с толкованием того или иного слова⁶⁹. Такие фрагменты создают из большого текстового материала вариацию лонгрида – синтетического жанра современных сетевых СМИ. Благодаря мультимедийным вставкам читателю проще усвоить объемный научно-популярный текст.

На ресурсе существуют и такие материалы, в основе которых лежит инфографика – отдельный иллюстративный жанр, соответствующий главной задаче научно-популярного проекта. С ее помощью можно придать справочной информации понятную визуальную форму.

⁶⁸ Приложение 27.

⁶⁹ Приложение 28.

Раздел «Слушать». Существующие на данный момент рубрики раздела – «Необычное в привычном» и «Спросите у Дмитрия Гавры» – имеют одинаковую структуру. Под шапкой располагается баннер, дублирующий иллюстрацию рубрики на главной странице. Повторение этого блока помогает пользователю понять, что он попал на нужную страницу. Особенности расположения контента внутри рубрики продиктованы характером содержимого, поэтому нужно уделить внимание его описанию.

Основным мультимедийным жанром раздела «Слушать» стали аудиоподкасты продолжительностью от 2 до 4 минут. Тематика рубрик следующая:

– «Необычное в привычном» – аудиопроект об этимологии слов, вошедших в современную сферу употребления;

– «Спросите у Дмитрия Гавры» – подкасты, в которых политолог и эксперт теории коммуникации, преподаватель факультета журналистики СПбГУ Д. П. Гавра поясняет историю и значение терминов политической сферы, широко употребляемых в СМИ.

Голос корреспондента или эксперта в каждом подкасте сопровождается интершумом, музыкальным фоном или отбивками.

Поскольку аудиозаписи имеют небольшой объем и продолжительность (в сравнении с аудиолекциями на исследованном нами ранее ресурсе «Магистерия»), создавать для каждой из них отдельную страницу не было необходимости. Был выбран вариант размещения подкастов на одной странице в формате обновляемой ленты⁷⁰, который позволил свести к минимуму количество шагов пользователя до нужного контента. Прокликая страницу, можно прослушать весь архив записей. В заголовок каждой записи помещается слово, о котором пойдет речь, а краткий анонс содержит информацию, которая способна привлечь пользователя к данному подкасту.

⁷⁰ Приложение 29.

Главная страница *раздела «Играть»* по своей структуре напоминает аналог в разделе «Читать»: блоки-анонсы размещены в две колонки в формате обновляемой ленты⁷¹. Такой композиционный повтор был сделан для сохранения единого внутреннего стиля проекта, для создания у пользователя ресурса визуальной привычки и лучшего ориентирования при поиске контента.

Содержимое данного раздела – это интерактивные тесты и игры, позволяющие пользователям проверить свои знания русского языка, пополнять словарь профессионализмов. Поэтому главной целью при разработке внутренней организации было сокращение пути пользователя непосредственно до кнопки «Начать» в том или ином материале. При нажатии на любой блок из общего списка анонсов пользователь сразу попадает на страницу с интерактивным контентом.

1.5. Дизайн навигации

Для успешного ориентирования пользователя на ресурсе «PRO Русский» использовано несколько типов навигации. Они создают возможности доступа к той или иной части контента, а также множество вариантов перехода от одного материала к другому.

Отправной точкой большинства маршрутов становится главная страница ресурса. При нажатии на баннер аудио-, видеопрограммы или на иконку конкретного материала пользователь попадает в следующий по иерархии раздел. Вернуться к большому выбору материалов можно только путем перехода к домашней странице (путем нажатия на иконку логотипа в основном меню). В этом случае реализован *локальный тип навигации*: в нем представлено некоторое количество ветвей, по которым пользователь «спускается» и «поднимается», знакомясь с содержимым более подробно.

⁷¹ Приложение 30.

Вторым принципом дизайна навигации в проекте стал *дополнительный тип*. Зачастую материалы ресурса «PRO Русский» посвящены изучению языка одной и той же профессии, но находятся в разных разделах – то есть представлены с помощью разных медийных платформ. К примеру, язык фотографов стал темой для двух материалов. Один из них включен в раздел «Смотреть» как видеосюжет программы «Словарный запас». Второй материал содержится в разделе «Читать» и представляет собой инфографику о профессиональном сленге фотографов. Крайне важно создать связь между этими материалами, чтобы пользователь, которому интересна именно эта тема, мог без труда продолжить ее изучение. Это также способствует увеличению просмотров на странице каждого из этих мультимедийных материалов. Для достижения этих целей используется дополнительная навигация, а именно система тегирования или метаданных. На странице с видеосюжетом и инфографикой стоит один и тот же активный хэштег «PRO Фотограф»⁷², при нажатии на который пользователь попадает на автоматически сформированную страницу со всеми материалами по этой теме. Так создается добавочный уровень компоновки материалов уже не по мультимедийному, а по тематическому признаку.

Разделу «Читать» присуща отдельная *контекстная навигация*, часто используемая на страницах, где в основе контента лежит текст. Конкретное слово может стать ссылкой на соседние материалы или внешние ресурсы, тем самым увеличивая объем полученных пользователем знаний.

Как и в любом медиапроекте, при создании навигации ресурса «PRO Русский» был учтен *сервисный уровень*. В него входит раздел «О проекте», который помогает пользователю при первичном посещении узнать основную информацию. Также к элементам сервисной навигации относятся страницы «Авторы» и «Контакты» и кнопки перехода в группы проекта в социальных сетях Facebook, Twitter, ВКонтакте.

⁷² Приложение 31.

С опорой на спецификации, перечисленные в подпунктах 1.4 и 1.5, были созданы прототипы шаблонных страниц⁷³. Особенности их построения обусловлены мультимедийным контентом и его характеристиками: объемом материалов, продолжительностью аудио- и видеоблоков.

Поскольку контент ресурса «PRO Русский» можно просматривать с телефона, планшета, компьютера, его дизайн должен быть адаптивным и подстраиваться под ширину любого экрана. Эта особенность сформировала основной композиционный принцип: блоки располагаются друг под другом, только иногда используется двухколоночное расположение, которое меняется на одноколоночное при просмотре с устройства с меньшим размером экрана. Так страница легко меняет свой масштаб и ширину полей.

Таким образом, на этапе создания навигации были учтены особенности мультимедийного контента проекта «PRO Русский» и выбраны подходящие типы дизайна навигации. С их помощью пользователь получает возможность свободно перемещаться между материалами, одновременно понимая принципы всех своих переходов. А адаптивность макета позволяет использовать для доступа к ресурсу любое устройство с выходом в Интернет.

§2. Особенности композиционно-графической модели проекта

2.1. Шапка

Шапка, остающаяся неизменной на каждой странице ресурса, является важной по своему функционалу: она содержит в себе основные идентификационные элементы – логотип и название, представляет главную навигацию, информацию об организаторах проекта – Санкт-Петербургском государственном университете и Министерстве образования и науки РФ. Столь значимый блок требует особого внимания к своему оформлению.

⁷³ Приложение 32, рис. 1, 2, 3.

В нашем случае шапка задает также основной принцип расположения элементов на каждой странице. Логотип вместе с названием находятся в центре блока, а основное меню и справочная информация делятся на две части и располагаются справа и слева. Это центральное выравнивание поддерживается далее в оформлении заголовков на главной странице и внутри разделов, расположении навигационных кнопок «Больше» и «Назад».

Логотип проекта «PRO Русский» представляет собой лигатуру из букв «П» и «Р» древнейшего русского шрифта – устава. Визуальный облик логотипа напрямую связан с основной тематикой ресурса о русском языке, так как сразу вызывает ассоциации с исконно русскими традициями письма. А значит, выполняет свою основную задачу: «нести информацию о принадлежности кого-то или чего-то кому-то или чему-то»⁷⁴.

Лигатура – знак, образованный путем соединения двух и более графем, – часто используется графическими дизайнерами при создании логотипов, так как считается удачным способом рифмовки знаков. Краткость, присущая такому исполнению логотипа, способствует созданию фирменного стиля и быстрой идентификации проекта среди остальных.

В качестве подложки для шапки был использован коллаж из различных примеров русской типографики. Авторский фон используется в качестве фирменного связующего элемента между разными разделами проекта: к примеру, та же подложка использована в начальной заставке видеопрограммы «Словарный запас» и в оформлении интерьера съемочной студии ток-шоу «Легко сказать».

Цветовое оформление шапки отражает всю палитру, которая используется на страницах проекта «PRO Русский». Помимо монохромных черного и белого, она состоит из двух контрастных по отношению друг к другу оттенков, которые мы подробно рассмотрим далее.

⁷⁴ Эвами, М. LOGO. Создание логотипов. Самые современные разработки. СПб, 2009. С. 14.

2.2. Цветовое решение

В основу цветовой палитры заложен принцип контраста между теплым и холодным цветами – спокойными оттенками желтого и синего, стоящими в цветовом круге друг напротив друга⁷⁵.

Оттолкнувшись от использованного в подложке шапки изображения книжной страницы, пользователь проекта «PRO Русский» связывает нейтральный бежевый оттенок с цветом старой бумаги. Однако смысловая нагрузка выбранного цвета уступает его функциональному значению: он не раздражает взгляд, если используется в качестве фона, и в то же время привлекает внимание к выделенному им слову из черного массива текста⁷⁶.

Вторая составляющая палитры ресурса – приглушенный темно-синий цвет. Он использован при оформлении некоторых элементов интерфейса и заголовков внутри разделов, а также в качестве фона для контрастного зонирования блоков на главной странице, поскольку считается, что синие оттенки легко воспринимаются глазом⁷⁷.

2.3. Шрифты

При определении типографики проекта было решено следовать принципу контраста засечных и рубленых шрифтов. Однако если в печатных изданиях наиболее распространено сочетание основного шрифта с засечками и заголовочного рубленого, то в оформлении веб-страницы для сплошного набора часто используется гротеск с малым контрастом. Помня об этой особенности онлайн-среды, мы остановили выбор на двух гарнитурах: *Miniature* для заголовков и *FF DIN* для основного текста.

Miniature – классический антиквенный шрифт, удобный для прочтения за счет стандартного межбуквенного расстояния и не слишком явного контраста линий. В его гарнитуру входит четыре начертания: *Regular*, *Italic*,

⁷⁵ Приложение 33.

⁷⁶ Приложение 34.

⁷⁷ Самара, Т., приведенное издание. С. 21.

Bold и Bold Italic. Первые три были использованы в оформлении проекта «PRO Русский». Полужирным начертанием Bold выполнены названия основных разделов на главной странице: в сочетании с крупным кеглем в 24 пункта это позволило акцентировать на них внимание среди большого числа иллюстраций. Начертание Regular использовано в оформлении заголовков отдельных материалов внутри разделов, чтобы выстроить иерархию между главной страницей и рубриками. Отсутствие жирности в заголовках второго уровня компенсировано более крупным кеглем – 28 пунктов. Курсивом Miniature Italic выделены важные цитаты из материалов раздела «Читать», ассоциирующиеся с оставленными на полях заметками от руки.

В качестве наборного шрифта был выбран простой геометричный рубленый шрифт DIN из шрифтовой библиотеки FontFont. Из шести предложенных начертаний из гарнитуры FF DIN было решено использовать только две: Light – для основного текста и Bold – для выделения значимых фрагментов, таких как имена авторов материала. Кегль текстовых фреймов, выполненных шрифтом FF DIN, варьируется в зависимости от их функционала: лидирующие абзацы и анонсы аудио- и видеоподкастов набраны кеглем в 16 пунктов, основной текст в разделе «Читать» – 12 пунктов. Оба размера считаются оптимальными для комфортного чтения текстовых элементов различного объема.

2.4. Дизайн интерфейса

Часто повторяющейся деталью в графическом дизайне интерфейса проекта становится горизонтальная линия. Этот элемент впервые встречается в оформлении названия «PRO Русский – ресурс профессионального русского языка», разделяя две его части⁷⁸. Далее горизонтальная черта следует по всем

⁷⁸ Приложение 35, рис. 1.

страницам проекта, выполняя одну из двух функций: разграничивает⁷⁹ смысловые блоки или акцентирует внимание на элементе⁸⁰.

Наиболее часто на страницах ресурса встречаются кнопки «Больше» и «Назад»: первая позволяет развернуть ленту материалов вниз, предоставив вниманию пользователя более ранние записи⁸¹; вторая – возвращает со страницы с отдельным материалом к общему списку раздела⁸². Обе кнопки по форме похожи на бумажную закладку, за которую можно потянуть, чтобы оказаться на нужной странице. Данные элементы имеют скевоморфичные черты – то есть имитируют облик реального объекта за счет использования тени и света. Форма книжной закладки коррелирует с тематикой ресурса, подчеркивает его академичность, научную направленность.

Остальные активные кнопки, которые встречаются на страницах данного сетевого проекта, выглядят минималистично. Это связано с тем, что они являются вспомогательными и не должны отвлекать пользователя от основного контента, однако их функция должна быть ему понятна. К таким кнопкам относятся стрелки вправо и влево, позволяющие листать записи в границах блоков на главной странице⁸³, а также кнопки для размещения ссылки в социальных сетях. Последние выполнены в фирменном синем цвете и имеют одинаковую форму круга⁸⁴.

Для некоторых разделов потребовалось разработать индивидуальные элементы интерфейса. Так, в рубриках раздела «Слушать» был продуман внешний вид таймлайна аудиозаписи. Он поддерживает «линейность» дизайна проекта «PRO Русский» и выглядит, как тонкая линия с бегунком, над которым ежесекундно обновляется время, оставшееся до конца подкаста.

⁷⁹ Приложение 35, рис. 2.

⁸⁰ Приложение 35, рис. 3.

⁸¹ Приложение 36, рис. 1.

⁸² Приложение 36, рис. 2.

⁸³ Приложение 37, рис. 1.

⁸⁴ Приложение 37, рис. 2.

В материалах раздела «Читать» можно встретить набор визуальных элементов, акцентирующих внимание на отдельных блоках текста: кавычки для обозначения цитаты или блок с толкованием термина, имеющий собственный стиль оформления, но соответствующий основной цветовой гамме и геометрическим формам. Как отдельный элемент интерфейса стоит отметить и круглые фреймы с портретами авторов, выполняющими ту же фатическую функцию сближения аудитории с отправителем сообщения, что и страница «Команда» в рубрике «Легко сказать».

Созданный в рамках данной работы ресурс «PRO Русский» имеет академически сдержанный характер подачи материалов, однако при создании контента большое внимание уделяется развлекательной составляющей. Сочетание основных принципов развлечения и обучения делает проект интересным как для людей, имеющих отношение к сфере лингвистики, так и для пользователей, не связанных с русской словесностью на профессиональном уровне. Пользователей проекта объединяет стремление к получению новых знаний в сфере русского языка, и СПбГУ предоставляет такую возможность и рекомендует себя в качестве компетентного источника гуманитарного знания.

В содержательной части проект представляет собой мультимедийную платформу, где представлены разновидности видео-, фото-, аудио- и текстового контента, а также интерактивные игры. Фактор разнообразия медийных платформ определил принцип рубрикации ресурса. Основные разделы «Смотреть», «Читать», «Слушать», «Играть» подчинены по своей структуре и оформлению особенностям контента того или иного формата.

Для успешного ориентирования пользователя в пространстве, наполненном мультимедийным контентом, были использованы разные типы навигации: локальной для продвижения вглубь раздела, дополнительной – для соединения материалов об одной профессии и контекстной – для перехода к пояснениям по тексту.

При разработке графической составляющей была выбрана палитра спокойных цветов, контрастных по отношению друг к другу: приглушенный оттенок синего и нейтральный оттенок бежевого. Сдержанные цвета поддерживают авторитетный имидж проекта и СПбГУ как его создателя. Этой же идее соответствует типографика ресурса, состоящая из классического сочетания рубленого и засечного шрифта.

Дизайн некоторых элементов интерфейса коррелирует с тематикой проекта: кнопки «Больше» и «Назад» оформлены в виде книжных закладок и поэтому ассоциируются с гуманитарными науками, а значит, и с русской словесностью. Остальные кнопки и детали оформления минималистичны и выполняют свои функции, не привлекая лишнего внимания.

Организаторы проекта «Мультимедийное обеспечение защиты и продвижения русскоязычной терминологии в профессиональных сферах» намечают следующие перспективы развития медиапроекта «PRO Русский»:

- создание новых рубрик в рамках уже существующих разделов;
- создание онлайн-словаря профессионализмов;
- предоставление пользователям ресурса платформы для обсуждения вопросов, связанных с проблематикой языка профессиональных сфер.

Функционирование ресурса «PRO Русский» позволит накопить и обобщить информацию о языках разных профессий, приобщить широкую аудиторию к изучению данного аспекта русской словесности, имеющего практическую значимость. Публикации научных статей способны превратить проект в транслятор академического знания. А студенты, принимающие участие в создании контента, внесут при помощи ресурса весомый вклад в формирование своего профессионального досье.

Заключение

В рамках этой работы мы создали проект научно-популярного сетевого медиапроекта о языке профессий. При подготовке к реализации тематической концепции были исследованы принципы сетевой научно-популярной журналистики, а также общие аспекты современной медиасферы.

Сегодняшний потребитель онлайн-среды давно привык к соседству видео-, аудио-, фото и текстового контента на одной странице. Такая подача обеспечивает аудитории одновременное информирование и развлечение, вызывает интерес к отдельным смысловым блокам содержимого. И, как следствие, пользователь не уходит со страницы, а, пролистывая ее до конца, обращает внимание на большую часть контента. Иногда в рамках сетевого проекта контент представлен полимедийно – то есть разделен на рубрики согласно каналам передачи информации: видео, аудио, текст, изображения, интерактивные элементы. И тогда пользователь волен выбирать формат, который в момент его обращения к ресурсу является наиболее подходящим или же просто интересным.

Научно-популярным медиапроектам также очень важно соответствовать перечисленным привычкам аудитории и одновременно следовать к ней разными маршрутами, не забывая о принципе подачи научных знаний в формате эдьютейнмента – «обучай, развлекая». Это помогает создателям проекта обеспечить каждому пользователю полезное времяпрепровождение, а себе – успешность. Поэтому такие ресурсы тоже используют все технологические возможности Интернета для сбора на одной платформе разноформатной информации одного тематического круга.

Мультимедийные проекты характеризуются собственным жанровым разнообразием, привычные журналистские жанры в современных медиа преобразуются и перенимают друг у друга отличительные черты. Исследователи выделяют десятки уже устоявшихся мультимедийных и

синтетических жанров, примеры которых мы нашли на страницах исследованных ресурсов «Арзамас», «Магистерия», «Дилетант» и «1917. Свободная история». Аудиослайд-шоу, интерактивные карты и иллюстрации, видеолекции, игры – эти и многие другие материалы дополняют текстовое содержание проектов, становясь эффективными способами получения информации просветительского характера.

Чтобы вниманием пользователя не был обделен ни один материал мультимедийного ресурса, необходимо ответственно подойти к композиционно-графическому проектированию – внутренней и внешней организации сетевого проекта. В рамках данной работы на основе теоретических источников и конкретных примеров были выделены составляющие визуальной организации подобных медиа. Отметим, что научно-популярный ресурс подчиняется тем же принципам дизайн-проектирования, что и другие мультимедийные проекты: его разветвленная сложная структура зависит от характера контента, в дизайне навигации используются комбинации разных связей между страницами; а такие детали оформления, как цветовое зонирование, облегчают восприятие объемных материалов. Но при создании проекта просветительской направленности особенно важно понимать, что любой элемент композиционно-графической модели может подчеркнуть тематические особенности, а значит, способствовать созданию неповторимого стиля, который столь ценен среди современных шаблонизированных онлайн-медиа.

При определении тематической концепции и основных элементов композиционно-графической модели научно-популярного медиапроекта «PRO Русский» были выявлены особенности его аудитории, которую мы разделили на два типа: пользователи, близкие к сфере лингвистики, и представители других профессий, не связанных напрямую с изучением русской словесности. Объединяет такую широкую и разнообразную аудиторию интерес к изучению русского языка сквозь новую призму

профессиональных сфер, которую предлагает их вниманию Санкт-Петербургский государственный университет.

В ходе работы над графической составляющей мы определили цветовую палитру издания, шрифтовое расписание и стиль элементов интерфейса. Все этапы композиционно-графического проектирования были подчинены одной задаче – созданию индивидуального стиля ресурса, соответствующего авторитетности площадки Санкт-Петербургского университета, на которой производится основной контент.

Таким образом, цель данной работы была достигнута и поставленные в начале задачи решены. Описанный во второй главе процесс разработки композиционно-графической модели ресурса «PRO Русский» можно считать одной из методик дизайн-проектирования научно-популярного сетевого медиапроекта и ориентироваться на обоснованные решения при создании последующих аналогов. Приступая к разработке собственного ресурса, важно не только знать особенности внешней и внутренней организации других изданий на рынке, но и изучить этапы создания композиционно-графической модели проекта, насыщенного разноформатным контентом. Сочетание теоретических сведений, собранных в данном исследовании, с описанными практическими подходами поможет создать успешное онлайн-СМИ, мультимедийное содержимое которого будет способствовать популяризации научного знания среди широкой аудитории.

Список литературы

1. *Арнхейм, Р.* Искусство и визуальное восприятие: Перевод на русский язык с изменениями. М, 1974.
2. *Бабаев А. А., Бодя М. М., Евдокимов Н. В.* Создание сайтов. СПб, 2014.
3. *Баранова Е. А.* Конвергентная журналистика: теория и практика: учеб. пособие. М, 2014.
4. *Беляев А. А.* Актуальные проблемы современной веб-типографики: взгляд в будущее // Вестник Моск. ун-та, 2010. Сер. 10 «Журналистика». С. 15 – 22.
5. *Беляев А. А.* Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта // Медиаскоп, 2009.
6. *Булаева М. Н.* Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник, 2015. Вып. № 4. С. 121 – 123.
7. *Галкин С. И.* Техника и технология СМИ: Дизайн периодических изданий. Воронеж, 2005.
8. *Галустян А. А., Кульчицкая Д. Ю.* Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики // Как новые медиа изменили журналистику.
9. *Гарретт, Дж.* Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия / пер. с англ. СПб, 2008.
10. *Гнатюк О. Л.* Основы теории коммуникации. М, 2010.
11. *Голубков Е. П.* Маркетинговые исследования. СПб, 1999.
12. *Жебит М. Э.* Факторы сегментации аудитории интернет-СМИ // Вестник МГУП, 2012. №6.
13. Значение слова «пророссийский».
14. *Качкаева А.Г.* Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М, 2010.
15. *Курсанов Д. М.* Веб-дизайн. СПб, 1999.
16. *Корнилова Н. А.* Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.01.10. / Корнилова Н. А. // Человек и Наука, 2013.

17. *Кульчицкая Д. Ю.* Конвергенция и мультимедийность: попытка теоретического осмысления явлений // *Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2012»*, 2012.
18. *Кульчицкая Д. Ю.* Развитие идеи мультимедийности в культуре и журналистике // *Меди@льманах*, 2011, № 2. С. 14 – 18.
19. *Купер, А.* Об интерфейсе: основы проектирования взаимодействия. СПб, 2009.
20. *Лукина М. М.* Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М, 2010.
21. *Медведева С. М.* От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // *Вестник МГИМО*, 2014. №4 (37). С. 278 – 286.
22. *Олешко Е. В.* Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учеб. пособие. Екатеринбург, 2015.
23. *Привалова О. Ю.* Шрифты: современные начертания, характерологические особенности, типология. СПб, 2004.
24. *Самара, Т.* Типографика цвета. М., 2006.
25. *Симакова С. И.* Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // *Вестник ЧелГУ*, 2015. №5 (360). С. 163 – 169.
26. *Стинс. О., Ван Фухт Д.* Новые медиа / пер. с англ.: Н. Бергер // *Вестник ВолГУ*, 2008. Сер. 8 «Литературоведение. Журналистика», №7. С. 98 – 106.
27. *Суворова С. П.* Журналистика научная и научно-популярная: особенности предметной области, функций, задач // *Вестн. Моск. ун-та*, 2009. Сер. 10 «Журналистика», №6. С. 14 – 23.
28. *Тертычный А. А.* Быть ли научно-популярной журналистике? // *Вестник ВГУ*, 2013. Серия «Филология. Журналистика», №2. С. 212 – 217.
29. *Шеховцова А. Н.* Базовые принципы, применяемые в мультимедийном проектировании // *Материалы V Международной молодежной научной конференции в 3-х томах*, 2015. С. 370 – 377.

30. *Якунин А. В.* Веб-юзабилити и эргономика интернет-СМИ: учеб пособие. СПб, 2015.
31. *Эвами, М.* LOGO. Создание логотипов. Самые современные разработки. СПб, 2009.
32. «Это как «Афиша», только про Новгород XII века»: как делается проект «Арзамас».
33. *Singhal A., Rogers E.* Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change. London, 1999.
34. *Stevens, J.* What is a multimedia story? 2013.

Источники

1. Проект «Арзамас»: arzamas.academy.
2. Проект «1917. Свободная история»: project1917.ru.
3. Проект «Магистерия»: magisteria.ru.
4. Проект «Дилетант»: diletant.media.

Приложения

Приложение 1.

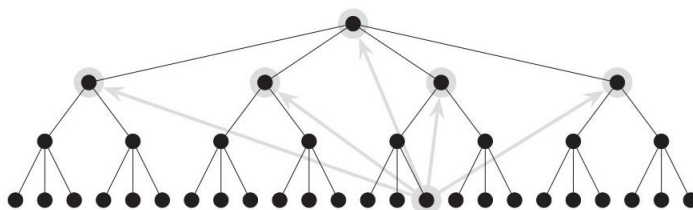


Рис 1. Схематичное изображение глобальной навигации сетевого проекта.
 Источник: Гарретт, Дж. Веб-дизайн: элементы опыта взаимодействия / пер. с англ. СПб, 2008. С. 132.

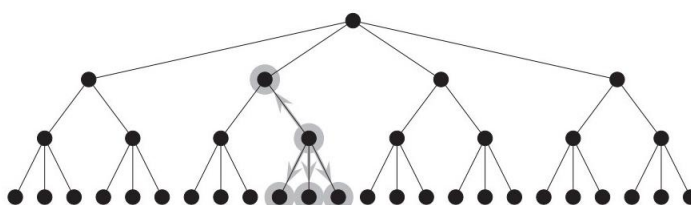


Рис 2. Схематичное изображение локальной навигации сетевого проекта.
 Источник: Там же. С. 132.

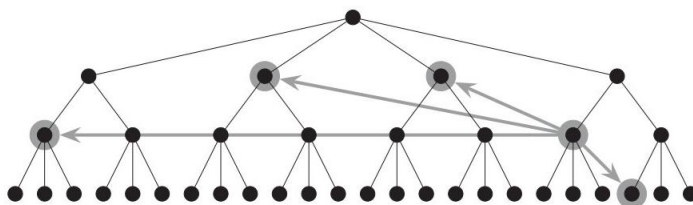


Рис 3. Схематичное изображение дополнительной навигации сетевого проекта.
 Источник: Там же. С. 133.

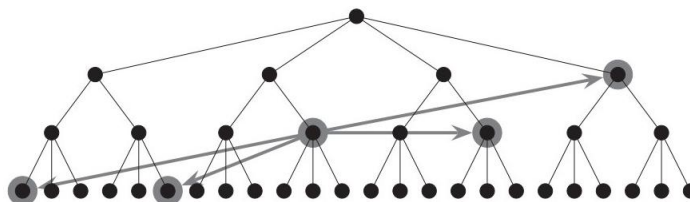
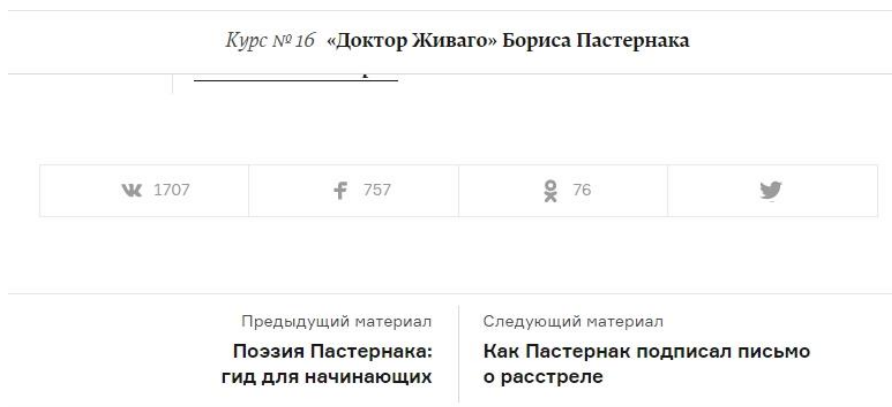


Рис 4. Схематичное изображение контекстной навигации сетевого проекта.
 Источник: Там же. С. 133.

Приложение 4.



Кнопки «Предыдущий материал» и «Следующий материал» как пример локальной навигации на ресурсе «Арзамас».

Источник: Там же.

Приложение 5.

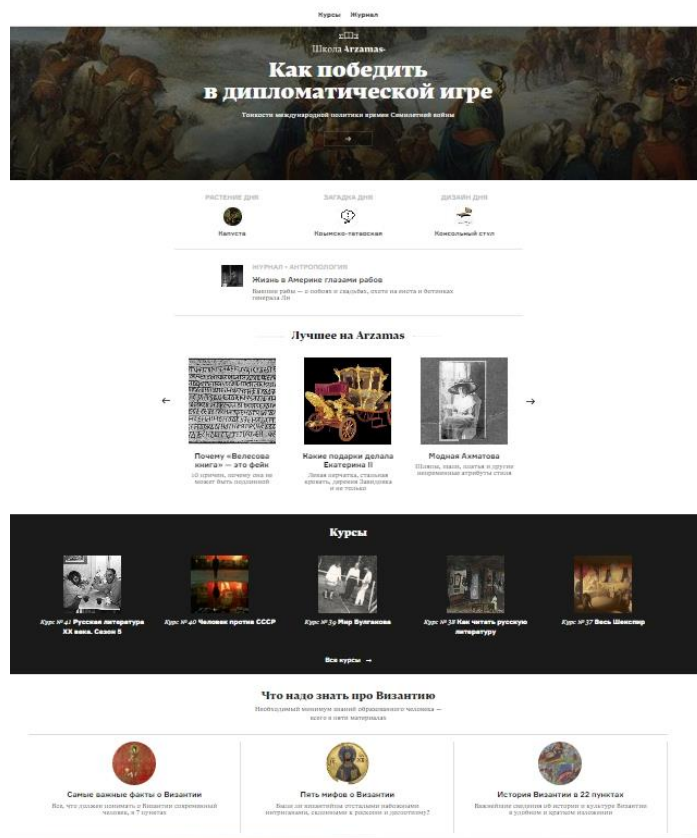


Рис. 1. Монохромные цвета как основа фона страниц проекта «Арзамас», разделяющие контент на смысловые блоки.

Источник: Там же.

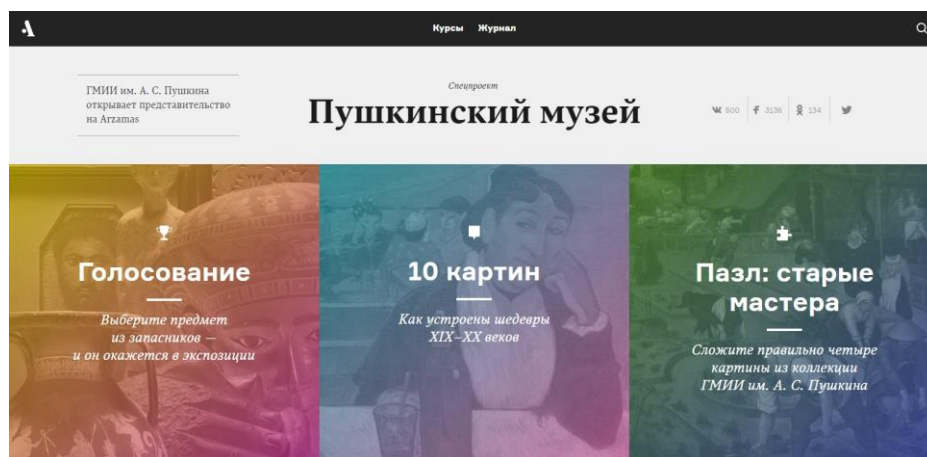
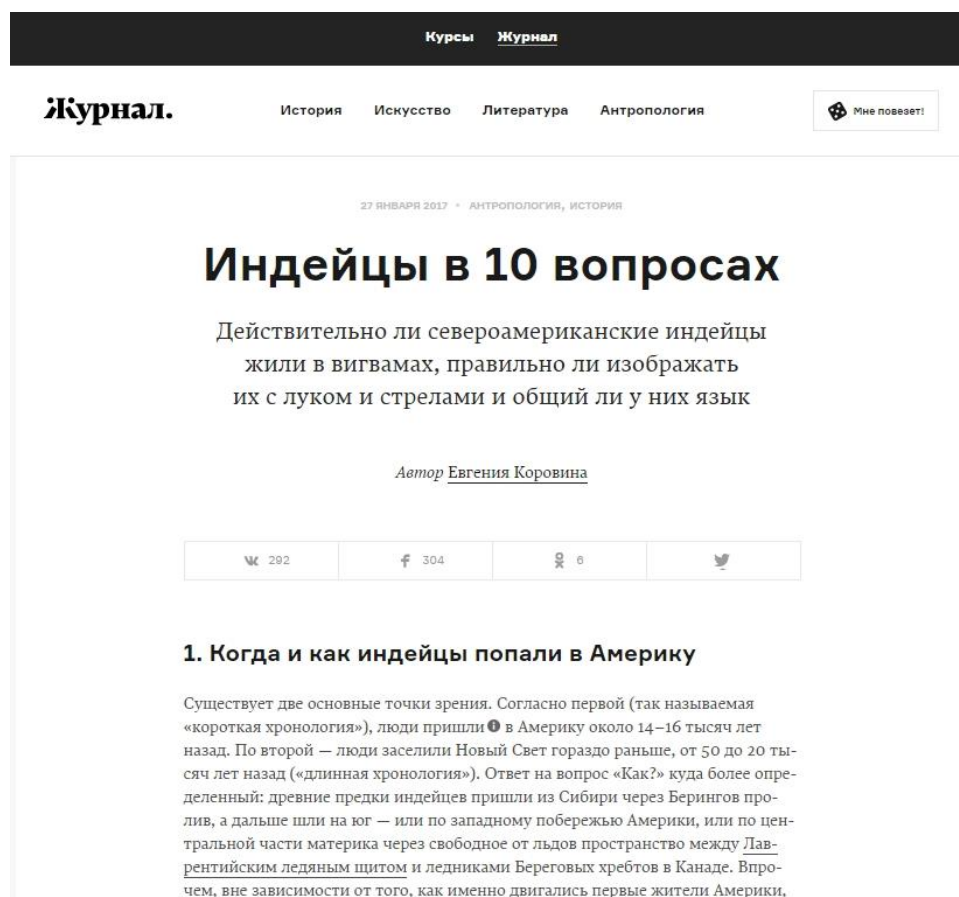


Рис. 2. Варианты градиентов различных цветов при оформлении иконок или фонов конкретных материалов.

Источник: Там же.

Приложение 6.



Для второго уровня заголовков – названия отдельных материалов – используется Рубленый шрифт Formular для заголовков отдельных материалов, засечный шрифт Lava Pro Regular для основного текста.

Источник: Там же.

Приложение 7.

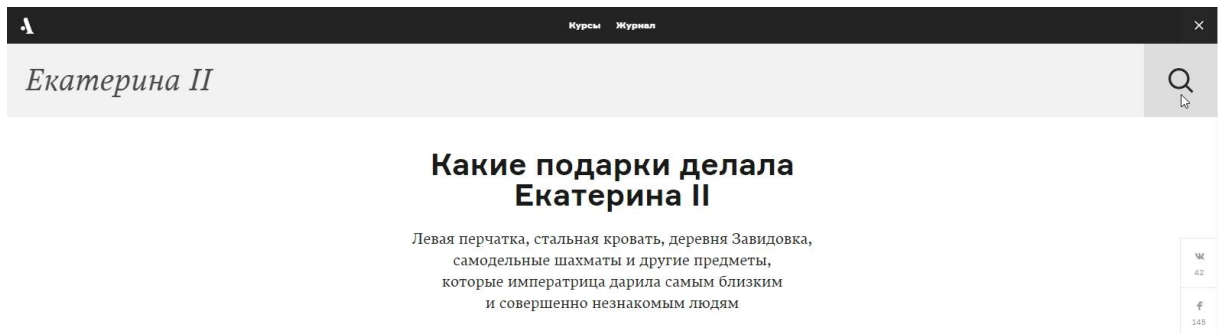


Рис. 1. Адаптивный дизайн поисковой строки на ресурсе «Арзамас».
Источник: Там же.

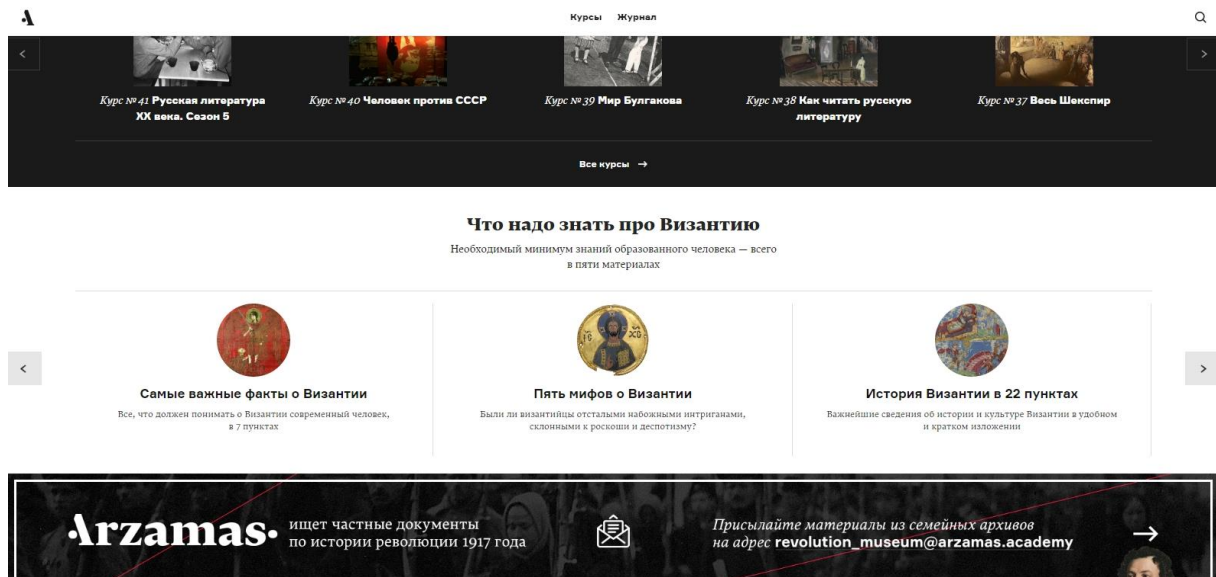
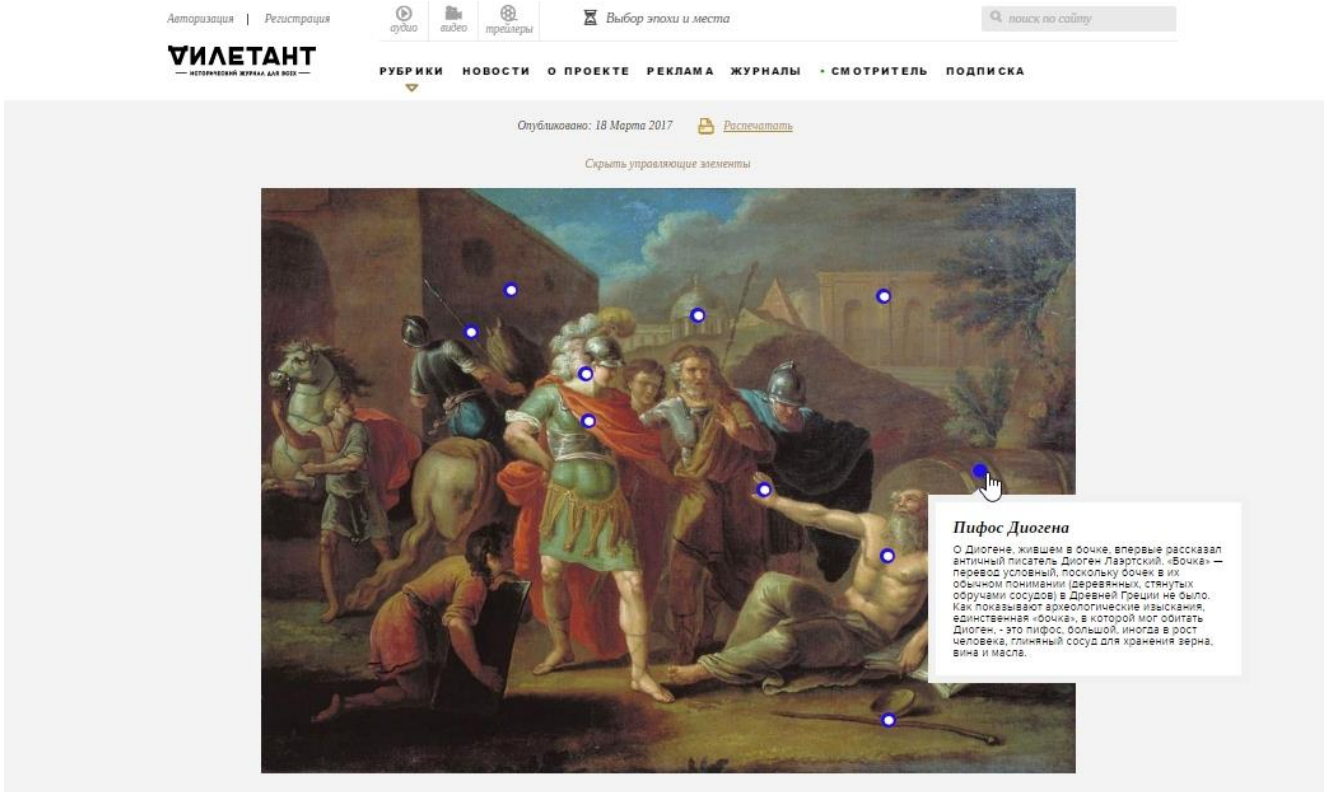


Рис. 2. Тонкие серые линии как элемент дизайна интерфейса, служащие для разделения смысловых блоков на странице.

Источник: Там же.

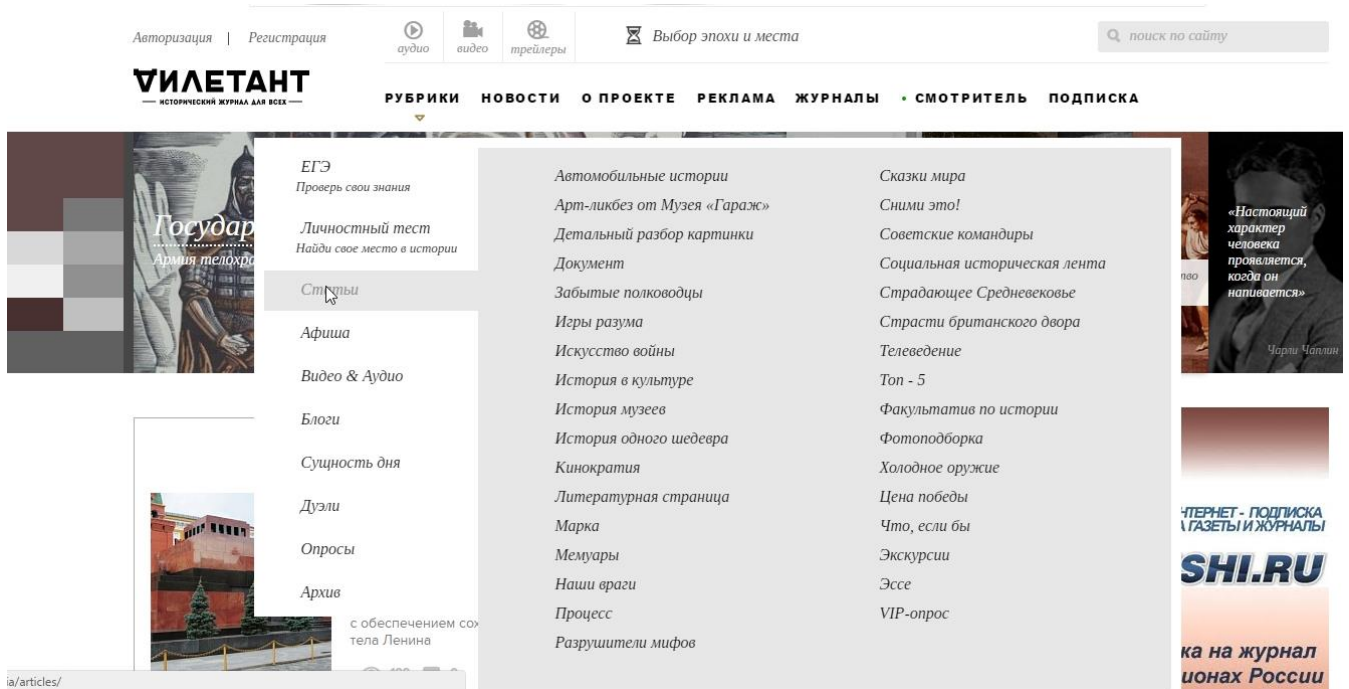
Приложение 8.



Интерактивные репродукции известных произведений искусства как пример синтетического жанра сетевых изданий в онлайн-издании «Дилетант»

Источник: diletant.media.

Приложение 9.



Выпадающее меню с несколькими уровнями внутреннего деления на ресурсе «Дилетант».

Источник: Там же.

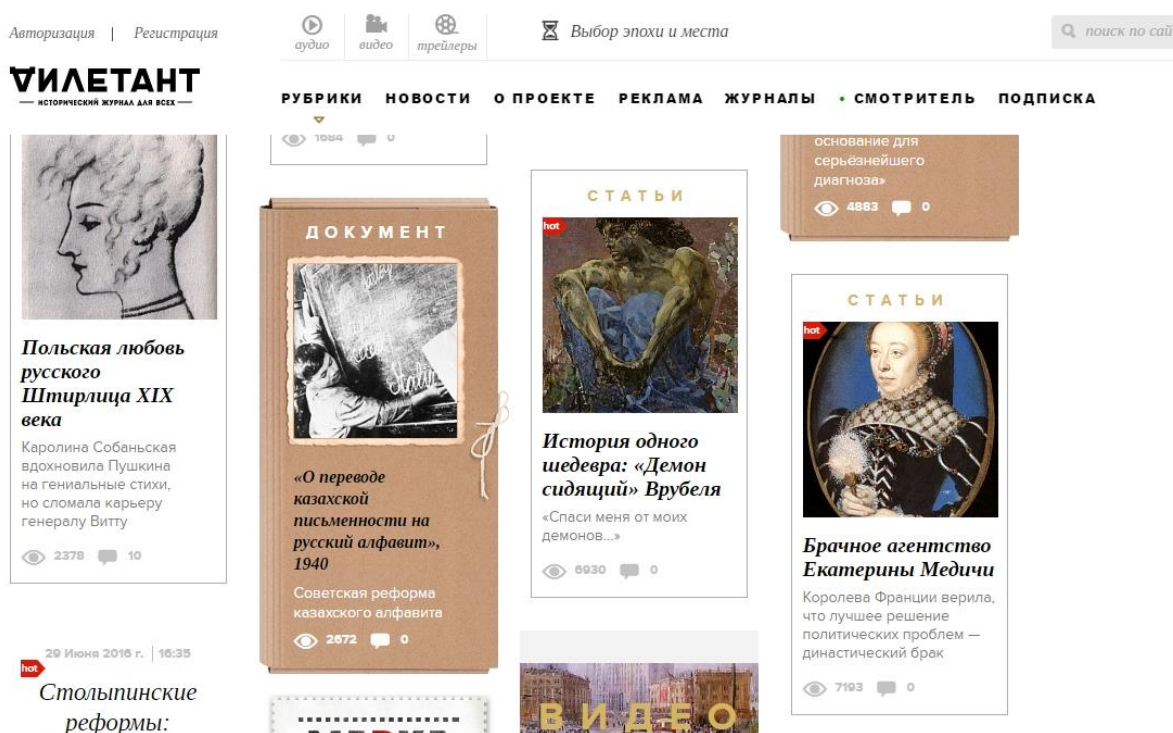
Приложение 10.



Пример использования дополнительного цвета (ярко-зеленого), не соответствующего основной палитре онлайн-издания «Дилетант».

Источник: Там же.

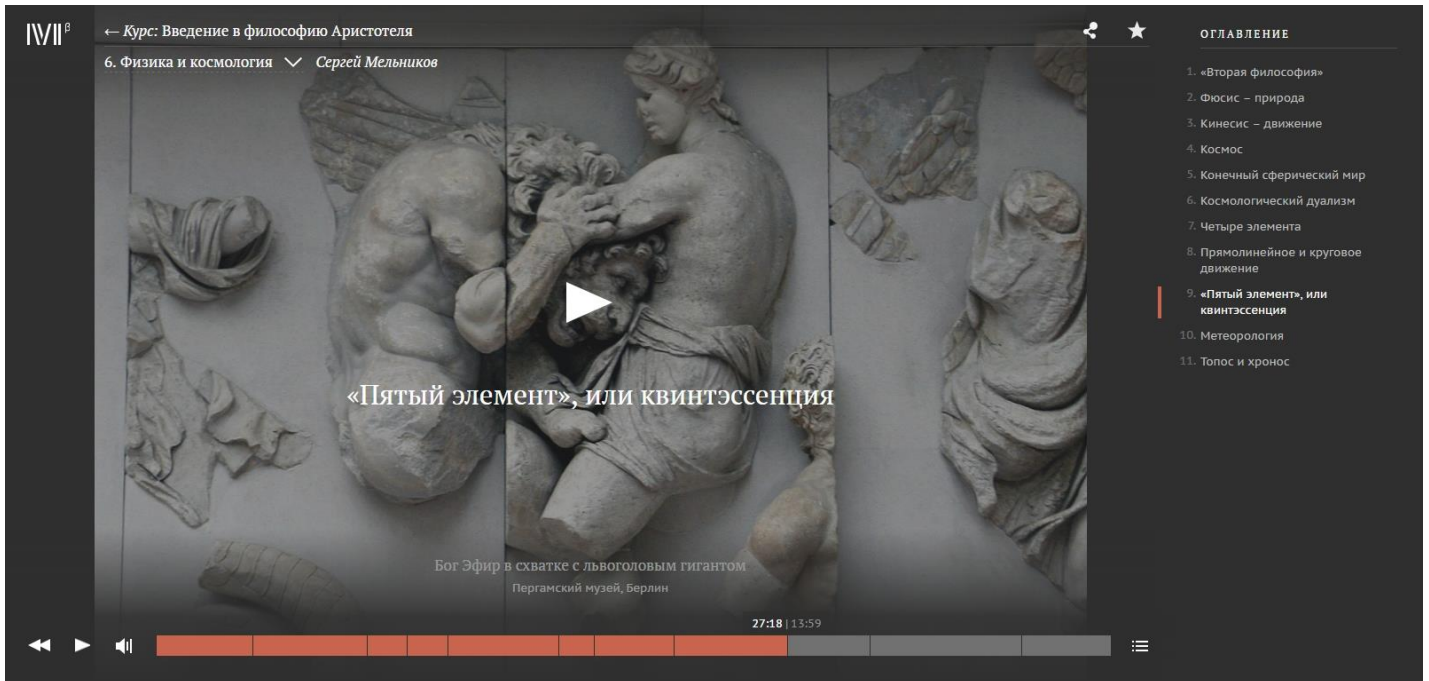
Приложение 11.



Реалистичная подложка анонса из рубрики «Документ».

Источник: Там же.

Приложение 12.



Внешний вид интерактивного плеера на ресурсе «Магистерия».
Источник: magisteria.ru.

Приложение 13.

Magisteria

О ПРОЕКТЕ | Анна Горюнова

★ 96 МУЗЫКА

Курс: Литургический год с И. С. Бахом

Роман Исмаев

О КУРСЕ

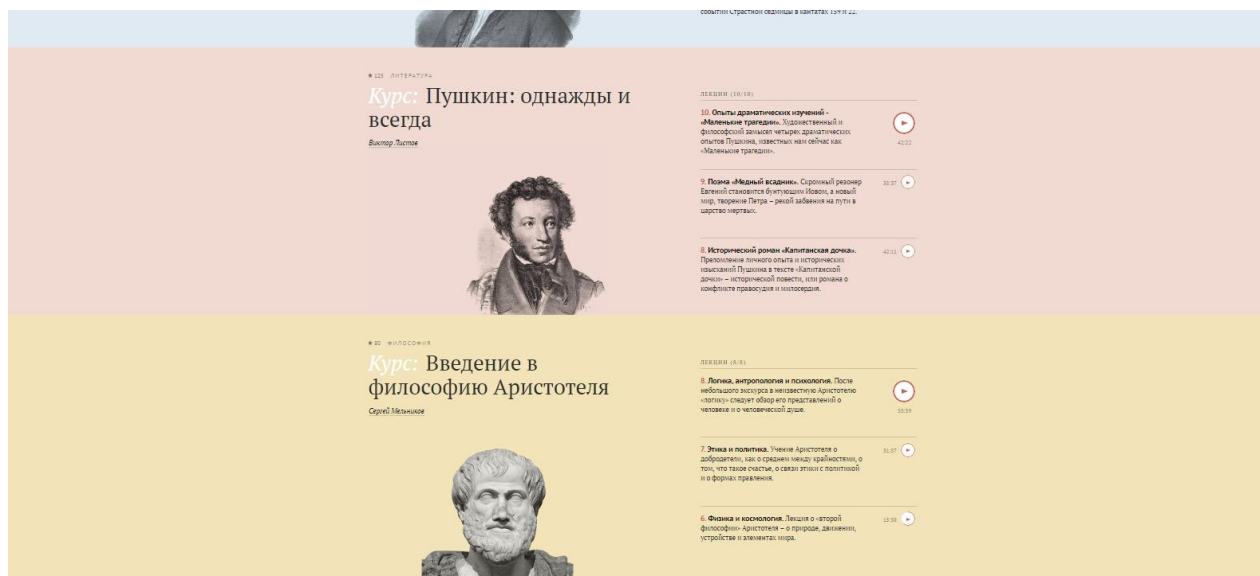
Курс «Литургический год с И. С. Бахом» — это путешествие по церковной музыке великого немецкого композитора. Курс освещает историю создания и исполнения его сочинений, их авторские особенности, богословское содержание и христианский смысл. Роман Исмаев рассказывает как воспринимались баховские шедевры в первой половине XVIII века, какую роль они играли в жизни лютеранской общины и чем актуальность ораторской музыки Баха для духовной жизни современного человека. Церковная музыка Баха рассматривается в широком историческом контексте. В начале предоставляются разные периоды творчества композитора. Основной объем курса составляет рассказ о кантатах Баха, написанных на протяжении и завершающие правление лютеранского царского года. Оригиналы текстов послужили написанием и нотации великого Кантора. Листать можно слушать в любой порядке, но рекомендуется ознакомиться для начала со вводящей частью курса.

ЛЕКЦИИ (14/27)

- 1. Духовная музыка Баха в истории лютеранства**
Исторический контекст духовной музыки И.С. Баха - немецкая Реформация и музыкальные традиции.
МАТЕРИАЛЫ 40:13
- 2. Ранние кантаты и традиции немецкой духовной музыки XVII века**
Среди ранних кантат И.С. Баха есть автентичные, которые уникальны и в истории музыки, и в широком богословии творчества. Включает по мн. - BWV 4, Christ lag in Todes Banden.
МАТЕРИАЛЫ 41:04
- 3. Кантаты Веймарского периода: новая поэзия, новые формы и образы**
Тот великий Иоганн Себастьян Бах, которого мы знаем, сформировался именно в Веймаре, где он находился на службе с 1708 по 1717 год. Кантата BWV 54, 61.
МАТЕРИАЛЫ 42:46

Дизайн страницы курса «Литургический год с И. С. Бахом» из раздела «Музыка».
Источник: Там же.

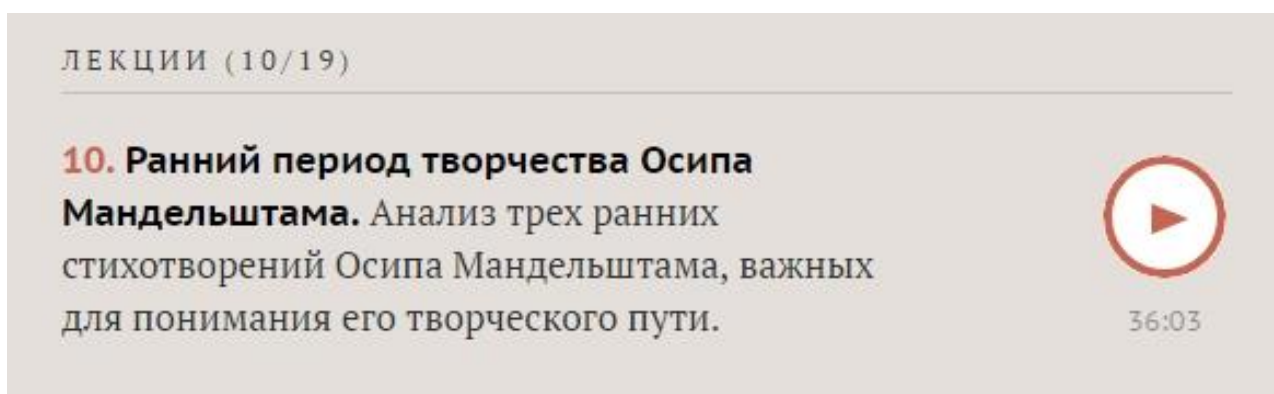
Приложение 14.



Фоновые цвета отдельных курсов проекта «Магистерия», выполняющие функцию зонирования страницы.

Источник: Там же.

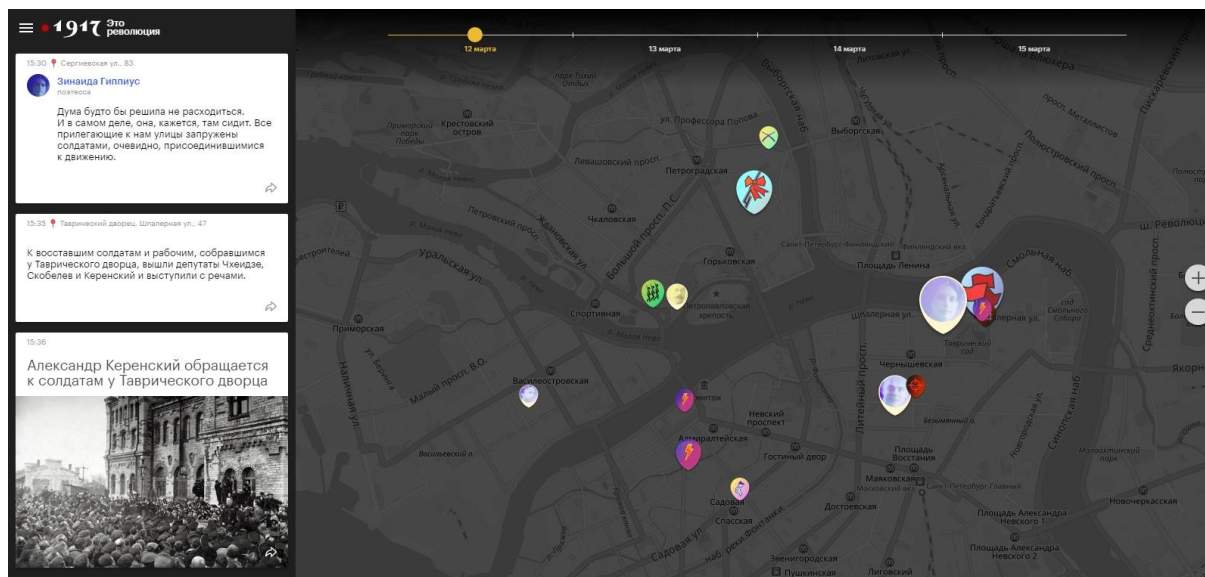
Приложение 15.



Дизайн кнопки проигрывания аудиозаписи.

Источник: Там же.

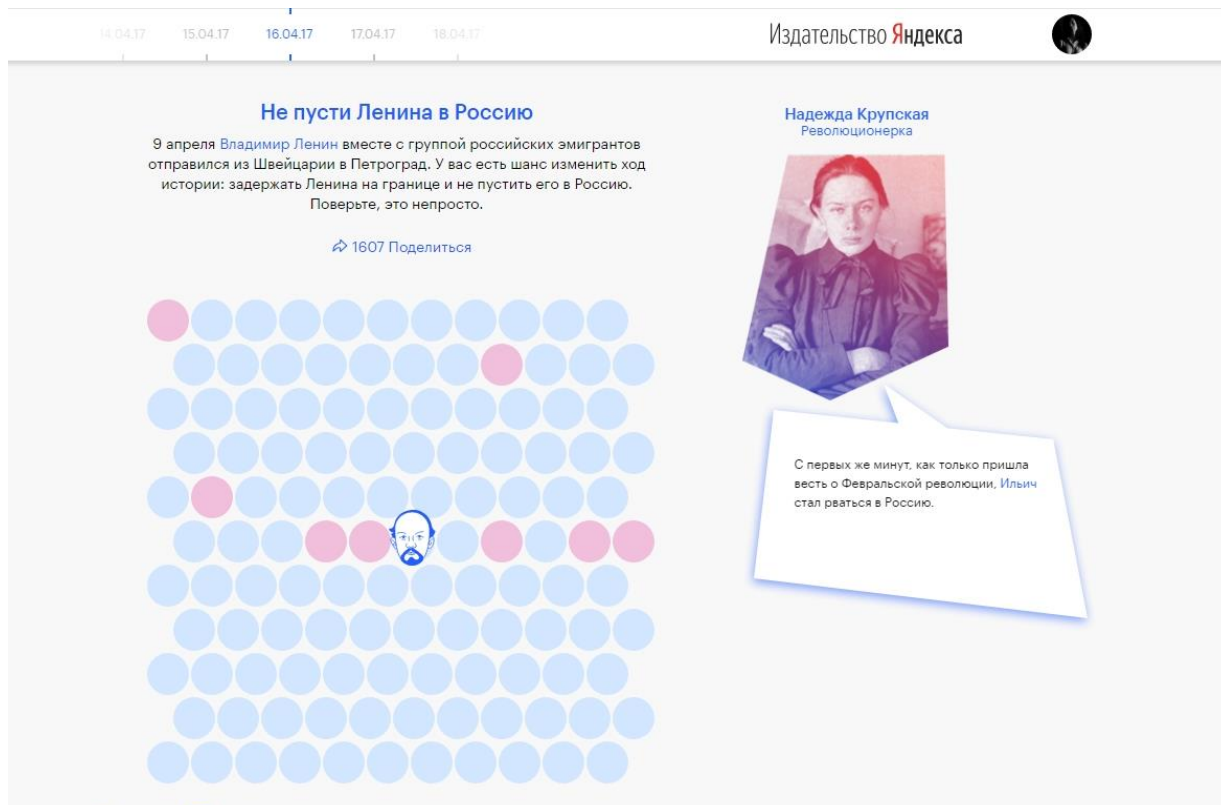
Приложение 16.



Интерактивная карта «4 дня революции» как синтетический жанр на ресурсе «1917. Свободная история».

Источник: project1917.ru.

Приложение 17.



Игра «Не пусти Ленина в Россию», сочетающая в себе развлекательную и просветительскую функции.

Источник: Там же.

Приложение 18.



Рубленый шрифт Graphik Web – единственная использованная на ресурсе «Проект 1917» гарнитура, соответствующая тенденциям оформления социальных сетей.

Источник: Там же.

Приложение 19.

**Экспертное интервью с В. П. Летуновским,
руководителем учебно-производственного комплекса «1-я линия»,
исполнительным руководителем проекта СПбГУ «Мультимедийное
обеспечение защиты и продвижения русскоязычной терминологии
в профессиональных сферах»**

– В Санкт-Петербургском университете ведется экспертная работа по повышению эффективности коммуникации на русском языке в официальной и публичной сферах. Можно ли назвать проект «PRO Русский» ее продолжением?

– Безусловно, да. Проект сосредотачивает внимание на языке профессиональной коммуникации. Профессионализмы постоянно используются в самых разных сферах публичного общения, поэтому важно, чтобы этот пласт лексики был доступен для понимания самой широкой аудитории. Участие филологов придает проекту академическую основу, расширяет знания зрителей о тех или иных языковых процессах. И в этом смысле наш проект, действительно, очень хорошо вписывается в русло концепции ученых СПбГУ русского языка как государственного. Нам кажется, что мы смогли найти еще одну грань в этом предмете, связав его с профессиональными сферами.

– Кто составляет целевую аудиторию ресурса «PRO Русский»?

– Проект в силу своей тематической направленности ориентирован на широкую аудиторию. Ресурс, конечно, представляет интерес для изучающих русский язык: учителей и учеников общеобразовательных и профильных учебных заведений, студентов и профессоров гуманитарных направлений университетов. Но это только часть аудитории нашего проекта. Так или иначе, все мы соприкасаемся с разными профессиональными сообществами, относимся к ним или общаемся с их представителями. Поэтому интерес к такому проекту может быть обусловлен чисто личным опытом. На проект

обращают внимание и представители разных профессий. Они могут не интересоваться глубоко русским языком, но благодаря тому, что мы рассказали о языке их сферы, могут остаться в числе пользователей ресурса и повысить с его помощью свой уровень знаний.

Отмечу, что значительную долю аудитории составляют абитуриенты и их родители. Сейчас они принимают решение о выборе вуза и будущей профессии, поэтому для них важно, что о многих специальностях рассказывают сами ученые и преподаватели СПбГУ. Кроме того, есть еще и школьники, принимающие непосредственное участие в ток-шоу, получая возможность побороться за дополнительный балл при поступлении в СПбГУ. Для кого-то он может стать судьбоносным.

– Чем обусловлено мультимедийное разнообразие контента на ресурсе?

– Думаю, что в этом смысле мы отражаем одну из примет нашего времени. Для него характерны большие объемы информации, которые аудитория получает по самым разным каналам в зависимости от своих возможностей, предпочтений, привычек. Нам хочется, чтобы о языке профессий можно было узнать и прочитав лонгрид, и посмотрев ток-шоу, и послушав подкаст, и даже вступив в интерактивный диалог с сайтом на одной из страниц его языковых тестов.

– Каковы перспективы дальнейшего развития проекта «PRO Русский»?

– Мы не исключаем создание новых рубрик в дополнение к содержанию уже существующих разделов. В ближайших планах – разработка словаря профессионализмов, который формируется вместе с экспертами различных сфер деятельности на основе того, что происходит на съемках ток-шоу в телевизионной студии. Также в дальнейшем планируется предоставление пользователям ресурса платформы для обсуждения вопросов, связанных с проблематикой языка профессиональных сфер.

Не говоря уже о том, что, конечно, сайт должен быть полноценно функционален и в мобильном онлайн-пространстве.

Ресурс «PRO Русский» станет мультимедийным сборником информации о языках разных профессий и поможет приобщить широкую аудиторию к изучению этой стороны русской лингвистики. Благодаря публикациям научных статей в разделе «Читать» проект может выступать транслятором академического знания. А для студентов, принимающих участие в создании контента, окажется полезным при формировании их профессионального досья после завершения обучения на факультете журналистики СПбГУ.

Приложение 20.

Экспертное интервью с Г. А. Мажугой, ведущим специалистом управления по связям с общественностью СПбГУ, графическим и мультимедийным дизайнером

– **Каковы отличия функционирования научно-популярного сетевого издания?**

– Важно понимать не только то, с какой целью пользователь перешел на сайт проекта и что он хочет от него получить, но и *когда* он уходит с ресурса – его время присутствия. В данном случае важнее не количество уникальных посетителей, как в новостном онлайн-издании, а трафик и глубина просмотра страниц. Отсюда – совсем иной подход к формированию контента и организации медиа.

– **Насколько эффективна мультимедийная подача просветительского контента?**

– Здесь можно провести аналогии с работой спортивного тренера: он, будучи эффективным, объясняет самый короткий и простой способ достижения результата. При грамотном использовании возможностей мультимедиа пользователь получает знания быстро и просто. А критерии доступности зависят от характеристик аудитории.

Если бы проект «PRO Русский» был ориентирован исключительно на специалистов, для его наполнения понадобились бы только аудиофайлы с фонетикой, видео бы тоже показывало в лучшем случае артикуляцию. Основной массой контента были бы научные статьи по лингвистике.

Но не секрет, что для массовой аудитории наука в чистом ее виде скучна. И главная цель использования мультимедийных средств – превратить образовательный процесс в игру и развлечение. Так, к примеру, проект «Арзамас» представляет сухие исторические факты нестандартными интерактивными способами.

Еще один критерий привлекательности подачи мультимедийного контента – в его истинной мультимедийности. То есть, когда одной и той же теме посвящены и текст, и видео, и аудиозапись, а еще и игра для закрепления материала. Развлекая пользователя разными способами, легче добиться его интереса к содержательной стороне ресурса.

– Каким образом можно структурировать мультимедийное разнообразие при создании сетевых проектов?


– К этому вопросу нужно подойти серьезно, поскольку простое смешение всех форматов на одной странице принесет мало успеха. На примере ресурса «PRO Русский» мы видим один из способов систематизации, который напрямую зависит от тематики и особенностей контента. В данном случае рубрики разделены по формам представления материала: видео, аудио, текст и интерактив. Количество мультимедийных форматов ограниченное, а количество рассматриваемых профессий – бесконечное. К тому же, при такой структуре легче сориентировать потребителя. Кому-то нравится читать, кто-то может слушать подкасты вместо радио, а кто-то предпочитает проходить тесты и смотреть видеосюжеты разной продолжительности. В этом проекте такая рубрикация способствует простоте и эффективности восприятия, о которой мы говорили ранее.

– Насколько в дизайне подобных проектов важна графическая составляющая?


– Можно обойтись без изысков в оформлении страниц, но учесть задачи функциональности и четкой структуры. Однако рынок подобных проектов развивается, и, чтобы быть конкурентоспособным, необходимо создать узнаваемый стиль. Дизайн ресурса «PRO Русский» отражает его тематику и академичный характер площадки СПбГУ, силами которой проект создан.

Приложение 21.

[СМОТРЕТЬ](#) [ЧИТАТЬ](#) [СЛУШАТЬ](#) [ИГРАТЬ](#)




Санкт-Петербургский
государственный
университет



PRO Русский
Ресурс профессионального русского языка

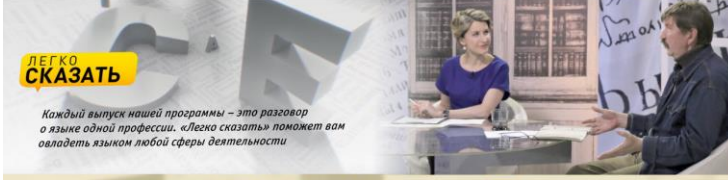
О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ




Проект реализуется при поддержке
Министерства образования и науки
Российской Федерации

Смотреть


ЛЕГКО
СКАЗАТЬ




Каждый выпуск нашей программы – это разговор о языке одной профессии. «Легко сказать» поможет вам овладеть языком любой сферы деятельности



Выпуск 12. Летчик




Выпуск 11. Учитель словесности




Выпуск 10. Историк

Видеорубрика с рассказами профессионалов о своей терминологии


СЛОВАРНЫЙ ЗАПАС




Хоккеист



Тренер йогой




Парикмахер




Флорист

больше >


Читать




Язык науки для начинающих



Что нужно, чтобы русский язык стал государственным?




Нужна ли иностранная лексика в отечественной рекламе?



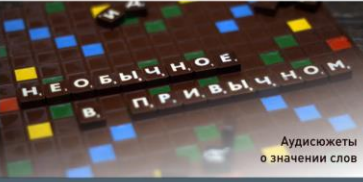
Николай Кропачев: восток языка — это тоже путь к счастью

больше >

Слушать




Спросите у Дмитрия Гавры
Политические термины в доступной форме




Аудисюжеты о значении слов


Играть



Тест: В профессию с головой
Что такое юрис и в какой профессии он незаменим?





Тест: Квартирный вопрос
Без каких слов невозможно представить мир недвижимости?



Тест: Легко ли вас запутать?
Слова бывают так похожи, но если две формы могут полностью поменять их смысл.

больше >

Наши партнеры

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail, чтобы получать наши новости


e-mail

© prorus.spbu.ru

Главная страница проекта «PRO Русский».


Приложение 22.

СМОТРЕТЬ
ЧИТАТЬ
СЛУШАТЬ
ИГРАТЬ
О ПРОЕКТЕ
СЛОВАРЬ
ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ




PRO Русский

Ресурс профессионального русского языка




Санкт-Петербургский
государственный
университет



Проект реализуется при поддержке
Министерства образования и науки
Российской Федерации

назад

Выпуск 14. Реставратор



Филологи болеют за то, чтобы лучшие образцы языковой культуры оставались в настоящем. Представители этой профессии работают над сохранением памятников ушедших эпох. За каждым из застывших, но живых следов истории кроется своя судьба. А лучшей работой профессионалов этого ремесла признана та, которую невозможно заметить.

Что такое мушетка, ружка и бобешка? Чем отличается реставрация, реконструкция и консервация? Что петербуржцы думают о граффити? Когда нацарапанные надписи имеют право на существование? О языковой среде реставраторов – в этом выпуске «Легко сказать».

Гость программы – реставратор **Пётр Португальский**
 Эксперт-филолог – кандидат филологических наук, доцент кафедры истории зарубежных литератур СПбГУ **Юлиана Каминская**
 Ведущая – **Ольга Гутник**

PRO Реставратор

12
 35
 17

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости
e-mail

© prorus.spbu.ru

Страница с отдельным выпуском ток-шоу «Легко сказать».

Приложение 23.

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ

О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ



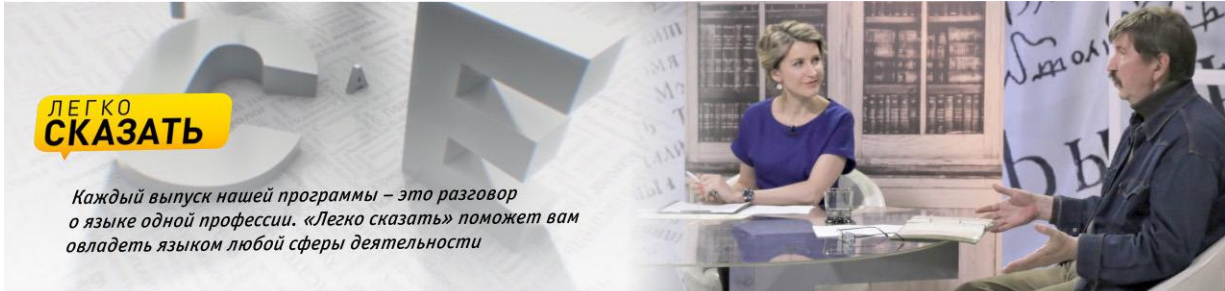
PRO Русский
Ресурс профессионального русского языка

Санкт-Петербургский государственный университет

Проект реализуется при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации

ЛЕГКО СКАЗАТЬ

Каждый выпуск нашей программы – это разговор о языке одной профессии. «Легко сказать» поможет вам овладеть языком любой сферы деятельности



ВЫПУСКИ

КОМАНДА

ФОТОГАЛЕРЕЯ

«СЛОВО И ДЕЛО»

«ГОВОРIT УЛИЦА»

Сегодня в мире насчитывают порядка семи тысяч языков. Помимо них есть и профессиональные языки, а их, соответственно количеству занятий, в пять раз больше.

Каждый выпуск нашей программы – это разговор о языке профессии. Именно поэтому стать знатоком в области профессиональных языков вам поможет цикл ток-шоу «Легко сказать».

Фотогалерея



Выпуск 14. Реставратор



Выпуск 13. Летчик



Выпуск 12. Библиотекарь



Выпуск 11. Учитель словесности



Выпуск 10. Генетик



Выпуск 9. Модельер

[больше](#)

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости
e-mail

© proruss.spbu.ru

Приложение 24.

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ

Санкт-Петербургский государственный университет

PRO Русский
Ресурс профессионального русского языка

Проект реализуется при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации

ЛЕГКО СКАЗАТЬ

Каждый выпуск нашей программы – это разговор о языке одной профессии. «Легко сказать» поможет вам овладеть языком любой сферы деятельности

ВЫПУСКИ
КОМАНДА
ФОТОГАЛЕРЕЯ
«СЛОВО И ДЕЛО»
«ГОВОРИТ УЛИЦА»

Сегодня в мире насчитывают порядка семи тысяч языков. Помимо них есть и профессиональные языки, а их, соответственно количеству занятий, в пять раз больше.

Каждый выпуск нашей программы – это разговор о языке профессии. Именно поэтому стать знакомым в области профессиональных языков вам поможет цикл ток-шоу «Легко сказать».

«Говорит улица»

Выпуск 14. Реставратор

Выпуск 13. Лечник

Выпуск 12. Библиотекарь

Выпуск 11. Учитель словесности

Выпуск 10. Генетик

Выпуск 9. Модельер

[Больше](#)

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости
e-mail

© prorus.spb.ru

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ

Санкт-Петербургский государственный университет

PRO Русский
Ресурс профессионального русского языка

Проект реализуется при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации

ЛЕГКО СКАЗАТЬ

Каждый выпуск нашей программы – это разговор о языке одной профессии. «Легко сказать» поможет вам овладеть языком любой сферы деятельности

ВЫПУСКИ
КОМАНДА
ФОТОГАЛЕРЕЯ
«СЛОВО И ДЕЛО»
«ГОВОРИТ УЛИЦА»

Сегодня в мире насчитывают порядка семи тысяч языков. Помимо них есть и профессиональные языки, а их, соответственно количеству занятий, в пять раз больше.

Каждый выпуск нашей программы – это разговор о языке профессии. Именно поэтому стать знакомым в области профессиональных языков вам поможет цикл ток-шоу «Легко сказать».

«Слово и дело»

Выпуск 14. Реставратор

Выпуск 13. Лечник

Выпуск 12. Библиотекарь

Выпуск 11. Учитель словесности

Выпуск 10. Генетик

Выпуск 9. Модельер

[Больше](#)

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости
e-mail

© prorus.spb.ru

Страницы «Говорит улица» и «Слово и дело» рубрики «Легко сказать».

Приложение 25.

Команда


Ольга ГУТНИК
Ведущая

Окончила факультет журналистики ЛГУ. Несколько лет работала редактором молодежного проекта на канале «Россия», после – ведущей телеканала «СТО». С 2007 года работает в программе «Петербургский час» на Пятом канале.

Пример оформления информации о члене съемочной группы ток-шоу «Легко сказать» на странице «Команда».


Приложение 26.

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ
О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ




PRO Русский

Ресурс профессионального русского языка



Санкт-Петербургский
государственный
университет




Проект реализуется при поддержке
Министерства образования и науки
Российской Федерации


Видеорубрика с рассказами профессионалов о своей терминологии

СЛОВАРНЫЙ ЗАПАС


Выпуски




Иллюзионист




Капоэйрист




Гончар




Фотограф




Ювелир




Лэмпворкер



Парфюмер



Чайная церемония



Летчик

[больше](#)

Информация
О проекте
Авторы


Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости
e-mail ▶

© proruss.spbu.ru


Приложение 27.

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ
О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ




PRO Русский

Ресурс профессионального русского языка




Санкт-Петербургский
государственный
университет



Проект реализуется при поддержке
Министерства образования и науки
Российской Федерации


Читать



10.12.2016

Бессистемные разговоры об антисистеме


Иногда удручающая путаница в употреблении терминов случается в силу их неоднозначности. Взять, например, часто звучащее сегодня к месту и не к месту словечко гомофобия.



29.11.2016

Иноязычные заимствования в языке отечественной спортивной журналистики: необходимость или мода?


В современном медиапространстве спорт как тематическое направление занимает одно из первых мест.



23.11.2016

Пассионарность – это вам не конина

«А этот пацак все время говорит на языках, продолжения которых не знает!» — увы, эти слова из фильма «Кин-дза-дза» актуальны и сейчас. Потребители СМИ, думаю, неоднократно замечали, как во многих изданиях разом всплывает некое мудреное словечко.



18.11.2016

Язык науки для начинающих

Парадигма или система? Перцепция или восприятие? Герменевтика или все-таки толкование? Запутаться в научных терминах легко даже самому ответственному студенту. А нужны ли вообще эти сложные слова будущему профессионалу?

[больше](#)

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости
e-mail

© proruss.spbu.ru

Приложение 28.



Рейдеры – одиночные вооруженные суда, предназначенные для нанесения урона морским коммуникациям вражеской стороны.

Что такое государственный язык?

Какие цели ставит перед собой законодатель, провозглашая язык государственным?

Цель, которая наиболее очевидна, – это использование того или иного языка в статусе государственного языка как одного из инструментов осуществления государственной национальной политики. Государственный язык одновременно обеспечивает единство культурного пространства в стране, ее политическое единство и – неизбежно – культурное доминирование одной национальной культуры, чаще всего культуры «титульной» нации. Это культурное доминирование часто вызывает сопротивление со стороны национальных меньшинств. Защита их прав и защита языкового многообразия как части культурного наследия требуют специальных мер государственной поддержки. Обеспечение политического единства оправдывает обязательное установление государственного языка для использования только в официальных сферах общения – при подготовке документов государственных органов, публикации нормативных актов, проведении выборов. Баланс между единством страны и защитой национальных культур иногда приводит к установлению одного языка в качестве государственного де-факто, тогда как де-юре все языки остаются равноправными.

Таким образом, государственный язык – это язык, который обеспечивает политическое единство (мы – одна страна, потому что говорим на одном языке) и создает возможности для эффективной коммуникации в обществе, служит тому, чтобы граждане понимали, что им хотят сообщить государственные органы и негосударственные организации в официальном общении (все, что касается моих прав и обязанностей, должно быть мне понятно).



Это культурное доминирование часто вызывает сопротивление со стороны национальных меньшинств»

Дизайн элементов интерфейса в материале раздела «Читать».

Приложение 29.

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ
О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ



PRO Русский

Ресурс профессионального русского языка



Санкт-Петербургский
государственный
университет



Проект реализуется при поддержке
Министерства образования и науки
Российской Федерации

Спросите у Дмитрия Гавры

Политолог, доктор социологических наук,
профессор СПбГУ Дмитрий Гавра
делает политическую терминологию
более доступной



Консенсус

Это слово постоянно звучит с экранов телевизоров и используется политиками
и журналистами в совершенно разных случаях. Разберемся в смысловых гранях
этого слова при помощи истории его происхождения.

▶

•

•

05:32

VK 12
f 35
t 17

Пассионарность

За создание этого термина мировая политика благодарна России и Санкт-
Петербургскому университету. В какие моменты без этого слова нельзя обойтись?

▶

•

•

03:28

VK 14
f 15
t 3

Ксенофобия

Слово, ставшее для современного мира актуальным из-за проблем с мигрантами,
беженцами и гражданскими войнами. Откуда произошел этот термин и
действительно ли он отражает нашу реальность?

▶

•

•

04:08

VK 20
f 12
t 23

[больше](#)

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости


e-mail ▶

© prorus.spbu.ru

Оформление рубрики раздела «Слушать».


Приложение 30.

СМОТРЕТЬ
ЧИТАТЬ
СЛУШАТЬ
ИГРАТЬ
СЛОВАРЬ
ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ




PRO Русский

Ресурс профессионального русского языка




Санкт-Петербургский
государственный
университет



Проект реализуется при поддержке
Министерства образования и науки
Российской Федерации


Играть



10.12.2016

В профессию с головой: кому нужен керн?


«Керн – это фамилия!», – возможно, скажете вы, вспомнив о музее Александра Сергеевича Пушкина Анне Петровне Керн... Но есть профессия, в которой «керн» – это термин.



03.12.2016

Квартирный вопрос


Районы, кварталы, жилые массивы... А знаете ли вы, без каких слов невозможно представить себе жизнь тех, кто недвижимость строит, продаёт, регистрирует, наконец, содержит в порядке?



28.11.2016

Легко ли вас запутать?

Слова бывают так похожи, но одна-две буквы могут полностью поменять их смысл. Проверьте, не допускаете ли вы досадных ошибок.



26.11.2016

Отгадай профессию по терминам

Макросматики, резиноид, мацерация... Что-то напоминает?

больше

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter


Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости

e-mail ▶

© prorus.spbu.ru


Приложение 31.

СМОТРЕТЬ
ЧИТАТЬ
СЛУШАТЬ
ИГРАТЬ
О ПРОЕКТЕ
СЛОВАРЬ
ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ




PRO Русский

Ресурс профессионального русского языка




Санкт-Петербургский
государственный
университет



Проект реализуется при поддержке
Министерства образования и науки
Российской Федерации

[Назад](#)




Фотограф



Человек по ту сторону фотокамеры редко разговаривает. Но можете быть уверены: в его словарном запасе очень много интересных терминов, которые вы бы никогда не связали с фотосредой. Готовы выучить их вместе с нами?

Эксперт: **Алексей Кривцов**
Корреспондент: **Арина Зелинская**


PRO Фотограф

 12
  35
  17

Информация
О проекте
Авторы

Соцсети
ВКонтакте
Facebook
Twitter

Подписка
Оставьте свой e-mail,
чтобы получать наши новости

e-mail 

© prorus.spbu.ru

Страница с видеосюжетом программы «Словарный запас» и расположение хэштега «PRO Фотограф» для связи с материалами по теме.

Приложение 32.

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ

PRO Русский

Смотреть

Баннер «Легко сказать»



Баннер «Словарный запас»



Читать



Слушать

Баннер «Спросите у Дмитрия Гавры»

Баннер «Необычное в привычном»

Играть



Партнеры



Рис. 1. Прототип главной страницы ресурса «PRO Русский».

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ

PRO Русский

Баннер «Спросите у Дмитрия Гавры»

Слово

Текст-заполнитель



Слово

Текст-заполнитель



Слово

Текст-заполнитель



Больше



Рис. 2. Прототип страницы «Спросите у Дмитрия Гавры».

СМОТРЕТЬ ЧИТАТЬ СЛУШАТЬ ИГРАТЬ О ПРОЕКТЕ СЛОВАРЬ ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ

PRO Русский

Баннер «Легко сказать»

ВЫПУСКИ

КОМАНДА

ФОТОГАЛЕРЕЯ

«СЛОВО И ДЕЛО»

«ГОВОРIT УЛИЦА»

Выпуски

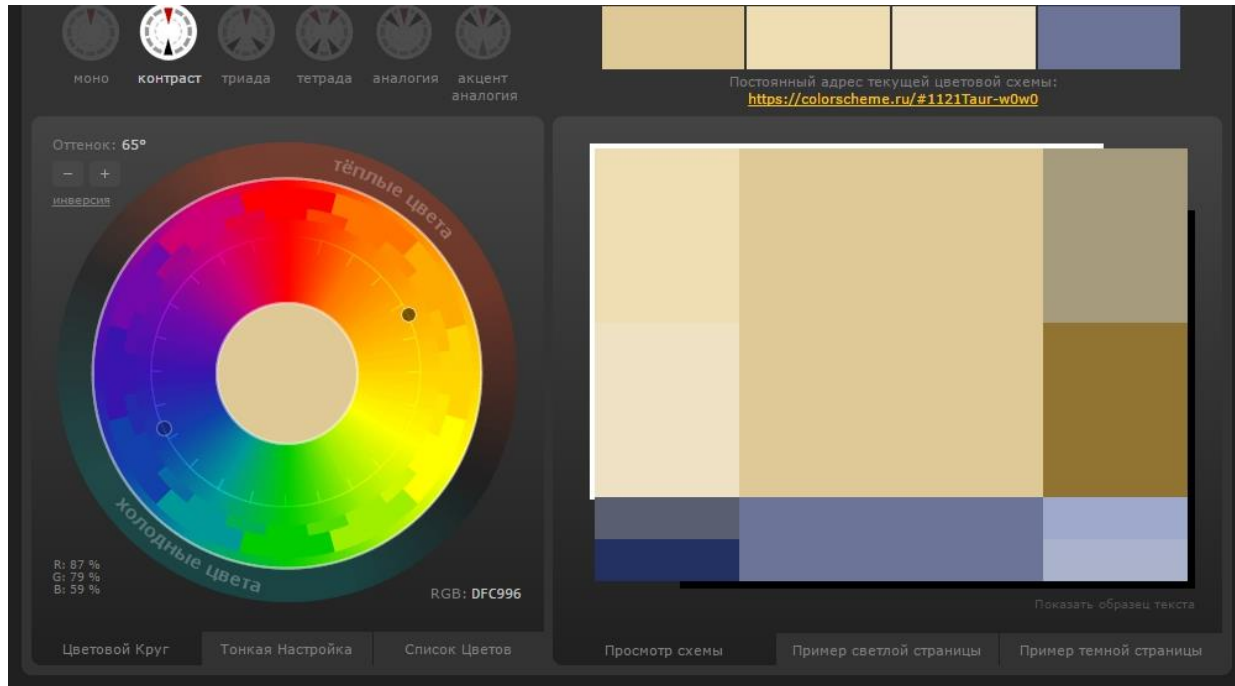


Больше



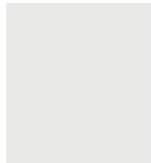
Рис. 3. Прототип страницы «Легко сказать».

Приложение 33.



Цветовой круг и сочетания двух фирменных цветов ресурса «PRO Русский».

Приложение 34.



Как показали [исследования](#), проведенные в СПбГУ, сегодня мало кто понимает, что такое государственный язык, зачем русскому языку и некоторым другим языкам народов РФ придан такой статус и какие требования предъявляются к языку, используемому в качестве государственного. Это касается многих депутатов, должностных лиц государственных органов, руководителей разных организаций. Вполне вероятно, что и вы, уважаемый читатель, не знаете – а зачем вообще нужен государственный язык.



Пример цветового выделения ссылки в тексте.

Приложение 35.



Рис. 1. Использование горизонтальной линии в названии ресурса.



Рис. 2. Горизонтальная линия как разграничитель между блоками.

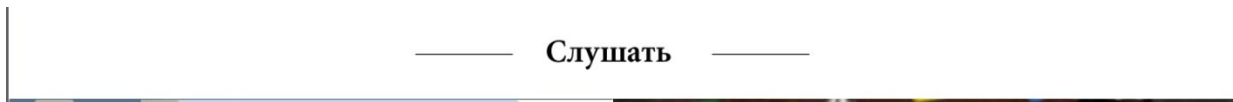


Рис. 3. Горизонтальная линия как акцент на элементе.

Приложение 36.



Рис. 1. Кнопка «Больше».



Рис. 2. Кнопка «Назад».

Приложение 37.



Рис. 1. «Стрелки» – вспомогательные кнопки прокрутки.



Рис. 2. Кнопки «Поделиться».