

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Кафедра журналістики та філології

**КОНЦЕПТУАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ І СТВОРЕННЯ
МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ПРОЄКТУ: ОНЛАЙН ВИДАННЯ “ProVse”**

**THE CONCEPTUAL MODELING AND CREATION OF A MULTIMEDIA
PROJECT: ONLINE PUBLICATION “ProVse”**

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»
групи ЖТз-83-0с
Краснянської Ольги Олександрівни

Науковий керівник
Сучкова Вікторія Валер'янівна,
викладач кафедри журналістики та
філології

Суми 2022

Краснянська О. О. Концептуальне моделювання і створення мультимедійного проєкту: онлайн видання “ProVse”: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня «бакалавр»; спец.: 061 – Журналістика / О. О. Краснянська; наук. керівник В. В. Сучкова. – Суми: СумДУ, 2022. – 31 с.

У роботі досліджено особливості моделювання та створення мультимедійного проєкту в форматі Інтернет сайту. Описано процес створення та особливості технічного оформлення онлайн видання “ProVse”.

Ключові слова: мультимедіа, онлайн видання, мультимедійний проєкт, Інтернет ресурс, новинний сайт, «ProVse».

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТА СПЕЦИФІКАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ПРОЄКТУ	6
1.1 Основні поняття та визначення	6
1.2 Загальна класифікація мультимедійного видання.....	7
1.3 Жанрове очікування аудиторії онлайн видань.....	9
РОЗДІЛ II. РОЗРОБКА МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ПРОЄКТУ: ОНЛАЙН ВИДАННЯ “ProVse”	13
2.1 Жанри, ідея та тематика проєкту.....	13
2.2 Структура та компоненти онлайн видання	14
2.3 Технічні особливості створення мультимедійного проєкту.....	17
ВИСНОВОК	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	22
ДОДАТКИ	25

ВСТУП

Сучасна журналістика активно діє у таких площинах як друковані, аудіальні, аудіовізуальні та онлайн медіа. Якщо перші три площини сьогодні зараховуються до когорти традиційних ЗМІ, і перебувають в колі активного представлення, то останнє - сьогодні стає все більш популярним явищем.

Дослідники цього жанру Б. Потятник, О. Горошко, Г. Почепцов, провідним формальним вираженням Інтернет-журналістики вважають блоги, залишаючи поза увагою мультимедійні онлайн видання.

Усе більше людей проводить вільний час в гаджетах. Реципієнт швидше прогортає стрічку новин, дивиться коротші відео з мінімальним текстовим наповненням, розглядає яскраві, ретушовані фотографії, любить взаємодіяти з автором, а саме ставити лайки та писати коментарі.

Метою роботи є створення власного мультимедійного проєкту і дослідження особливостей створення онлайн видання.

Реалізація мети вимагає виконання таких **завдань**:

- 1) дати визначення основним поняттям;
- 2) зробити аналіз структури онлайн видання, визначити тематику сайту та цільову аудиторію;
- 3) створити власний мультимедійний проєкт.

Для виконання поставлених завдань необхідно ознайомитися із теорією. Написання професійних матеріалів та моделювання власного онлайн видання неможливе без базових знань, усвідомлення структури сайту і розуміння особливостей цільової аудиторії.

Авторський задум роботи полягає у набутті навичок створення мультимедійного проєкту, як одного з найпопулярніших форматів викладу журналістських матеріалів для масового читання та дослідженні теоретичних засад мультимедійного видавництва та їх втілення у власному проєкті.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з двох головних розділів, вступу, бібліографічного опису, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальна кількість роботи складає 31 сторінки.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТА СПЕЦИФІКАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ПРОЄКТУ

1.1 Основні поняття та визначення

Мультимедіа – це інформаційні технології, засновані на спільному використанні різних видів інформації: графічної, текстової, акустичної, відео-, з діалоговим управлінням. Інтерактивність, притаманна мультимедіа, разом з діалоговим управлінням може бути подана гіперпосиланнями.

Власне термін "мультимедіа" (від англ. *multy* – множинний, що складається з багатьох частин і *media* – середовище, засіб) дослівно означає "багато середовищ". У контексті візуальних мистецтв він вперше був застосований музикантом і підприємцем Бобом Голдстейном (Bob Goldstein) в якості рекламного слогана до ефектного шоу *LightWorks at L'Oursin*, яке відбулося у липні 1966 року в Саутгемптоні (Southampton, New York). Шоу поєднувало галасливу дискотеку, ефектну світлову виставу, синхронізовану з музикою, кінопроекції, слайд-шоу і банкет.

Кількість визначень терміна "мультимедіа" численна, вони варіюють залежно від сфери та ситуації, в якій це поняття використовують. Відповідно до словника іноземних слів мультимедіа є єдиною сукупністю:

- програмних і апаратних засобів, що забезпечують відтворення на дисплеї відео- та аудіоінформації, отриманих різними способами з різних джерел за каналами зв'язку та використовують під час навчання, у комп'ютерних іграх, для створення баз даних довідкового характеру та ін.;
- декількох видів засобів масової інформації (радіо, кіно, телебачення та ін.), що використовують в інформаційних і зображувальних цілях.

Аналіз визначень показує, що повний перелік медіа, які входять до складу мультимедійного продукту, містить: текст, таблиці, статичні графічні

зображення (рисунок, фотографії, схеми, графіки, діаграми), звуки, музику, мову, відео, анімацію.

Інтернет-ЗМІ мають перевагу серед традиційних у тому, що містять багато інтерактивних інструментів, аби автор статті чи редакція мали можливість отримати зворотню швидку реакцію аудиторії на публікацію. Так, найпростіший спосіб для читача відреагувати на опубліковане – повідомити сподобалася чи не сподобалася стаття. Водночас висловити свою думку про написане читачі можуть коментарем чи електронним листом.

Згідно з визначенням Шликової О. В., мультимедійні продукти є “документами, що несуть інформацію різних типів і припускають використання спеціальних технічних пристроїв для їх створення та відображення”.

Слід розглянути ще деякі визначення, які можна використовувати у діяльності мультимедійних видавництв.

Мультимедійне видання (ММВ) – це електронний мультимедійний продукт, відправлений або проданий споживачам або кінцевим користувачам у конверті (коробці) або через Інтернет, з інструкціями або без них. Продукт також може бути розміщений в мережі Інтернет (окремий сайт чи сторінка).

Мультимедійна платформа або середовище – це обладнання та програмне забезпечення, за допомогою яких відтворюють ММВ.

1.2 Загальна класифікація мультимедійного видання

Мультимедійне видання функціонує в інформаційному просторі суспільства, формує і розвиває його. На даний час не існує методології для універсальної класифікації мультимедійних видань, проте, комбінуючи вже відомі засоби опису на основі загального уявлення про них можна виокремити певні категорії.

За основу варто взяти міждержавний стандарт "Електронні видання. Основні види та вихідні відомості. ГОСТ 7.83-2001" та адаптувати наведену класифікацію електронних видань, урахувавши особливості мультимедійних продуктів. Отримана класифікація мультимедійних видань включає:

- за наявністю друкованого еквіваленту:
- мультимедійний аналог друкованого видання;
- самостійне мультимедійне видання.

За технологією поширення:

- локальне (попередньо записане на носій);
- мережеве (онлайн);
- мультимедійне видання комбінованого поширення.

За характером взаємодії користувача з мультимедійним виданням:

- лінійне мультимедійне видання;
- інтерактивне мультимедійне видання.

За періодичністю:

- неперіодичне;
- серійне;
- періодичне;
- те, що продовжується;
- оновлюване.

За цільовим призначенням:

- навчальне;
- довідкове;
- художнє;
- мультимедійне видання для дозвілля;
- науково-популярне.

За цільовим призначенням у міждержавному стандарті серед електронних видань виокремлюють: масово-політичне, офіційне, наукове, виробничо-практичне, нормативно-виробничо-практичне видання. Проте серед мультимедійних видань такі майже не зустрічаються.

Також можна відокремити мультимедійний Інтернет-ресурс – сайт, у якому основна інформація подана у вигляді мультимедіа. Це сучасний і зручний механізм, який не замінює виконання класичних функцій, а доповнює і розширює спектр послуг і новин для відвідувачів.

Для мультимедійних Інтернет-ресурсів характерними є:

- розміщення різних видів інформації;
- високий ступінь наочності матеріалів;
- підтримка різних типів файлів: текстових, графічних, аудіо- та відеофайлів;
- можливість використання для просування творчих робіт в області
- різних видів мистецтв.

Ресурс цього типу дає можливість швидко повідомляти про події, які організують, оглядово демонструвати сферу, установу чи творчий колектив, налагоджувати зворотний зв'язок зі своїми відвідувачами, розкривати цілі й демонструвати матеріали, використовуючи сучасні механізми подання інформації та сприяти пізнанню наведеного об'єкта за допомогою Інтернету.

Самк цей тип мультимедійного видання я взяла за основу для створення власного проєкту: онлайн видання “ProVse”.

1.3 Жанрове очікування аудиторії онлайн видань

Розглядаючи українські та зарубіжні онлайн видання, варто звернути увагу на читацький інтерес до сайтів з новинами, оскільки не можна досліджувати контент, не чіпаючи при цьому реципієнтів. Цікаво простежити, яке ставлення аудиторії до контенту онлайн видань, а саме – до їх текстів і стилю.

Важливою характеристикою будь-якого медіатексту є жанр, обумовлений цілями і завданнями тексту, розрахований на особливий тип

емоційнопсихологічного впливу на реципієнта, отже, викликає певне жанрове очікування адресата.

У широкому значенні поняття «жанрове очікування» означає готовність слухачів до естетичної діяльності у певному напрямі. Жанрове очікування як поле взаємодії інтересів автора та адресата характеризує і тексти онлайн видань: автор пише про те, що цікаво читачеві, а читач, у свою чергу, шукає на сайті або відповіді на свої запитання, або цікаву інформацію.

Щоб з'ясувати, чи виправдовують сучасні українські онлайн видання жанрові очікування своєї аудиторії, у рамках нашого дослідження було проведено збір інформації методом опитування. Респондентами були обрані жителі міста Кролевець, Сумської області, різного віку, які є представниками різних професійних сфер, які постійно або періодично читають онлайн видання. Інструментом даного дослідження стало неформалізоване інтерв'ю, у ході якого використовувався набір фіксованих питань, проте розмова протікала у вільній формі, без чітко підготовленого сценарію; у деяких випадках допускалася низка питань, що формуються безпосередньо у процесі розмови з респондентами.

Мета дослідження полягала у пошуку інформації, що стосується ставлення читачів до мультимедійних онлайн видань, зокрема до текстів, рубрик, до стилю публікацій, використаних фотографій та інфографік.

У анкету було включено 10 питань щодо інтересу до онлайн видань, використання отриманої з них інформації, причини популярності сайтів новин, улюблені рубрики, оцінка користі, дизайн та фірмовий стиль онлайн видання.

Структура анкети така, що деякі питання дозволяють респонденту викласти власну думку. В анкетуванні взяло участь 15 осіб, з них 75,3% жінок та 24,7% чоловіків. Вік респондентів – від 16 до 55 років. З опитування ми дізналися, що найбільш популярними сайтами є «UKR.NET», «ТСН», «УКРІНФОРМ», «Gazeta.ua» тощо. Цікава відповідь була на питання, де і чому люди читають або переглядають сайти-новин:

«Я починаю свій ранок з читання новин на UKR.NET, навіть з ліжка не встаю. Мені подобається цей сайт тим, що мобільна версія зручна і можна прочитати актуальні новини без перешкод» (Альона, проєкт-менеджер ІТ-компанії “Terrasoft”, 26 років);

«Більше люблю слухати новини по радіо в машині, коли їду на роботу. Проте за обідом завжди читаю стрічку новин в телефоні, хочу бути в курсі новин, щоб було про що говорити з колегами» (Костя, аналітик, 30 років);

«Один раз на день читаю новини, зазвичай це увечері. У телефоні зараз так зручно, відкрив сайт, подивився, ще й відео цікаві можна знайти» (Надія, адміністратор готельного комплексу м. Кролевець, 49 років).

Практично усі з опитаних читає новини на сайтах в мобільній версії, а близько 15% респондентів читають у десктопній версії. Головна мета - бути в курсі актуальних новин.

Як виявилось, респондентів приваблює в сайтах не лише зручність гортання стрічки та дизайн сторінок, але також інформаційне наповнення, простота викладу матеріалу та можливість дізнатися найактуальніші новини:

«Я дуже сильно люблю тексти, в яких простою мовою написано важливе, без невідомої для мене термінології» (Юля, медична сестра, 27 років);

«Єдине, що може мене зацікавити – це інформація про війну в Україні» (Роман, співробітник шиномонтажу, 34 роки);

«Я майже не читала новини, але зараз війна в моїй країні. Я хочу бути в курсі актуальних новин, тому дивлюсь або соціальні мережі з новинами або читаю сайт “ТСН”. Він для мене звичний і там є зручні рубрики для пошуку інформації» (Лія, школярка, 16 років).

Найцікавішими матеріалами для опитаних є інтерв'ю з відомими людьми, колонки редакторів та статті та гороскопи. Дівчата та жінки регулярно читають матеріали рубрик, присвячених здоров'ю, кулінарії, моді та війні в Україні.

При відповіді 88% респондентів зазначали, що вони хотіли б бачити більш позитивні статті. Важливо, що практично 78% опитаних не читатимуть статтю повністю, якщо їх не зацікавили заголовки або якщо текст з перших рядків видався нудним. Отже, текст на сайті має бути написаний простою мовою, стисло, відрізнятися цікавими заголовками та бути актуальними.

Таким чином, підсумовуючи результати проведеного нами дослідження, ми можемо сказати, що ставлення до мультимедійних сайтів у читачів позитивне, особливо цінується зручна мобільна версія сайтів. Негативно до онлайн видань ставляться лише 12% з усіх опитаних, віддають перевагу телебаченню.

На думку респондентів, онлайн видання дають можливість бути в курсі актуальних новин в будь-який момент, можна брати участь в дискусіях в коментарях, скористатись пошуком необхідного матеріалу, чого не можна зробити в друкованих ЗМІ або дивлячись телевізор.

Отже, важливо, що онлайн видання відповідають вимогам читачів, вони цікаві, адресат точно знає, що знайде на сайті важливу та актуальну інформацію. Як показує проведене нами опитування, мультимедійні сайти відповідають жанровому очікуванню сучасної української аудиторії.

РОЗДІЛ II. РОЗРОБКА МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ПРОЄКТУ: ОНЛАЙН ВИДАННЯ “ProVse”

2.1 Жанри, ідея та тематика проєкту

Інтернет-журналістика не має власної системи жанрів і являє собою синтез традиційних жанрів новинної та аналітичної журналістики. В інтернет-версіях популярних видань зберігаються такі жанри, як замітка та розширене повідомлення, інтерв'ю, рейтинг, аналітична стаття. Одним із різновидів аналітичної статті, який часто практикується в інтернет-виданнях з невеликим штатом, є компілятивна стаття. Такий матеріал доречний, коли впродовж дня з'явилося кілька новин з однієї теми. Їх можна зкомпіювати у зв'язний підсумковий текст, додати коментарі експертів, які, можливо, вже також були опубліковані у виданні, і додати короткий аналіз або узагальнення ситуації.

Що стосується художньо-публіцистичних жанрів, то останнім часом для них немає місця навіть у звичайній журналістиці, а з появою інтернет-видань вони, у більшості своїй, трансформуються у блоги. Мова не йде про нариси, скоріше про розповідь автора про себе самого або його оточення зрозуміло, стисло і мовою далекою від художньої.

Серед візуальних жанрів поширена інфографіка, яка за своєю суттю повністю відповідає потребам мережі, адже є наочним представленням інформації. Більшість з жанрів онлайн-видань не можуть бути стандартизованими. Слід зауважити, що більшу частину інформації в інтернетмедіа можна передати за рахунок зображення. Через це аналітичні жанри на онлайн ресурсах (в тому числі електронні версії друкованих видань, сайти теле- та радіоканалів) занепадають, адже потребують більшого часу й уваги з боку споживача інформації, на відміну від графічних зображень, фотографій, діаграм тощо. Аналітика існує в основному в друкованій пресі.

Ідея створення мультимедійного проєкту: онлайн видання “ProVse”

полягає в тому, щоб реалізувати усі свої набуті навички в університеті, попрактикуватись у створенні власного Інтернет ресурсу.

Вибір тематики сайту та якість матеріалів, які подаються для реципієнта, безпосередньо відповідають за успіх онлайн видання. Адже структурований та грамотно складений контент залучає до себе набагато більше читачів.

Задля того, аби наповнення сайту було цікавим та різностороннім, ми обрали новинну тематику, де можна опублікувати такі журналістські жанри, як аналітичні, інформаційні та художньо-публіцистичні.

Основний меседж нашого сайту - це “Цікаві та актуальні новини про все”. Для зручності ми зробили такі рубрики - новини, події, зимові традиції, та відео.

Наповнення сайту відображає набуту майстерність у написанні матеріалів в жанрах, які ми розглядали в процесі навчання. Це пресс-реліз “А чи можеш ти прожити «День без поліетилену» ?” (ДОДАТОК А); розширене повідомлення “Без маски? Штраф! У Сумах притягнули до відповідальності громадян за порушення правил карантину” (ДОДАТОК Б); репортаж з місця подій “Знову незадоволені? У Сумах підприємці перекрили одну з центральних вулиць” (ДОДАТОК В); хронікальне повідомлення “У Сумах чотири дитини з підтвердженням COVID-19 перебувають в реанімації” (ДОДАТОК Г); розширена замітка “Підкорення Марсу” (ДОДАТОК Д); нариси “Зимові традиції”, відеорепортаж з елементами інтерв’ю “Вересневий Ренессанс Stand Up!” (ДОДАТОК Є).

2.2 Структура та компоненти онлайн видання

Сучасні дослідники приділяють значну увагу визначенню структури та компонентів мультимедійних проєктів, зокрема, С. Ізбаш підкреслює, що «структура побудови проєкту у багатьох випадках залежить від його типу,

специфіки, авторського задуму, сфери застосування та визначення цільової аудиторії».

Мультимендійний проєкт “ProVse” – це онлайн видання, яке відображає реальні події в м. Суми та Україні, розраховане як на жіночу, так і на чоловічу аудиторію віком від 16 до 55 років, які цікавляться новинами і виявляють інтерес до викладу інформації в онлайн форматі.

Структура сайту під оригінальною назвою “ProVse” складається з:

- головної сторінки, яка поділена на блоки для зручності сприйняття інформації;
- оформлене меню, що містить рубрики - новини, події, зимові традиції, відео, контакти;
- інтерактивних складових таких, як відображення часу читання певного матеріалу, здатність ставити лайки, бачити кількість переглядів матеріалу та написання коментарів.

Розбірлива рубрикація видання одразу ж надає читачеві уявлення про те, якого плану наявні публікації на сайті, чи викличуть вони інтерес у користувачів, а також, за допомогою чіткого поділу контенту відбувається логічна навігація серед великої кількості інформації. Через це, головне завдання редакторської команди онлайн видання “ProVse” полягає в тому, аби доволі лаконічно та просто назвати рубрики, щоб вони були зрозумілими для реципієнта.

Графічний дизайн та місце розміщення рубрик був розроблений за прикладом усіх популярних онлайн видань з такою метою, щоб рубрики й основний контент завжди були у полі зору.

Головна сторінка видання “ProVse” вже з першого погляду демонструє нам головні новини. Крім того, на обкладинці розміщено фотографію, яка вже з першого погляду захоплює увагу реципієнтів. Сам стиль сторінки лаконічний без зайвих елементів і яскравих фарб, які могли б відволікати читача.

Також, ми дотримувалися усіх вимог, які передбачені для створення онлайн видань, тому на головній сторінці обов'язково присутні:

- основна назва видання;
- головний меседж;
- авторські права;
- контактна форма для відправлення пропозицій та скарг до редакції.

Щодо рубрик онлайн видання, то усі рубрики містять матеріали новин з м. Суми та України. Наприклад, рубрика “Новини” буде цікава тим, хто любить читати актуальні інформаційні матеріали.

У рубриці “Події”, у свою чергу, користувачам надається інформація про новітні відкриття та ситуації в країні, які викликають інтерес.

Наступна рубрика, яка має назву “Зимові традиції”, пропонує читачам познайомитись з традиціями на зимові свята в Україні, які написані в художньо-публіцистичному жанрі.

І завершальною є рубрика під назвою “Відео”, в якій публікуються відеорепортажі з місця подій.

Варто зазначити, що представлений контент подано у стильному та лаконічному оформленні, а мова онлайн видання зрозуміла та грамотна. Необхідно підкреслити, що усі назви рубрик та розробка структури сайту – виключно власне напрацювання.

Під час формування і створення онлайн видання нами було виконано багато таких завдань:

- розроблено ідею дизайну та оформлення;
- визначено концепцію і призначення онлайн видання;
- створено оригінальний текстовий контент;
- виділено основні рубрики;
- здійснено ретельне опрацювання матеріалів;
- проведено редагування текстів та внесено корективи.

Отримані результати свідчать про те, що онлайн видання “ProVse” є цілком сучасним мультимедійним проєктом, який містить у собі необхідний

цікавий контент для читача, що приваблює його своїм автентичним оформленням, корисним інформативним наповненням, а також пропонує концепцію новинного сайту, який повідомляє важливу інформацію.

Отже, ідея та концепція створення подібного онлайн видання, на нашу думку, вийшла доволі успішною.

2.3 Технічні особливості створення мультимедійного проєкту

Мультимедійний проєкт “ProVse” – це онлайн видання, яке публікується українською мовою, призначене для широкого загалу читачів, має незмінну назву, містить багато інформаційного матеріалу, супровідних фотографій, ілюстративних елементів та змістового наповнення, яке може допомогти користувачам мережі Інтернет дізнатись новини свого міста та всієї України.

Цільове призначення онлайн видання “ProVse” вважається інформаційним, тому що подібне видання містить в собі велику кількість матеріалу саме інформативного характеру, який подається у різних жанрах.

Для створення нашого проєкту було обрано платформу Wix, яка дозволила зробити багатосторінковий сайт з необхідними елементами, а саме додавання картинок, відео, контактної форми редакції. Під час розробки було вдало підібрано оптимальний шрифт та розмір шрифта для зручного читання як з комп’ютера так і з телефону, виділено заголовки, рубрики, грамотно розподілено матеріал між собою так, щоб не здійснювати на читача значного смислового навантаження. Внутрішнє наповнення видання оформлено за таким принципом, що ілюстрації, тексти аж ніяк не заважають користувачеві читати текст, розуміти його суть, зміст та формувати свої власні враження з приводу прочитаного.

У технічній конструкції онлайн видання під назвою “ProVse” використовуються:

- стримані чорний та білий кольори, з використанням блакитних тонів, що не перевантажує очі читача та не відволікає від основного контенту;
- правильно підібрані різноманітні шрифти та кеглі для назв рубрик, заголовків і основного тексту;
- грамотне розподілення контенту між собою, а також логічне розміщення заголовків, ілюстративного матеріалу, та контенту.

Технічні особливості створення макету головної сторінки:

- назва: ProVse;
- поділ на інформативні блоки ;
- шрифт: AwanZaman Light.

Головна сторінка онлайн видання “ProVse” виконана у лаконічному, але сучасному стилі. Тобто, на обкладинці розміщена ілюстрація головного редактора, є анонси головних новин з ілюстраціями, які можна детальніше почитати за посиланням та контакт форма для відправлення пропозицій або скарг до редакції видання. Створюючи головну сторінку, ми дотримувались усіх необхідних норм і вимог щодо розміщення певних елементів на головній сторінці. А саме:

- назва видання та його логотип;
- головний меседж видання;
- зазначення авторських прав.

Варто звернути увагу, що на головній сторінці зовсім немає ніякої зайвої інформації, яка могла б збити з пантелику користувача, ми розмістили виключно анонси основних новин.

Наступними розглянемо технічні характеристики анонсів публікацій, які наявні на сайті.

Підзаголовки:

- шрифт: Factum Light;
 - кегль: від 40 до 85.
- Текстова наповнення:
- шрифт: Korenski;

- кегль: від 14 до 35.

Макети внутрішніх сторінок сайту виглядають по різному. Наприклад, для рубрики “Новини” ми обрали макет новинної стрічки:

- анонс новин оформлений в рамку;
- вигляд списку;
- є дата публікації, тривалість читання та кількість переглядів.

Для рубрики “Події” ми застосували макет блогу, де зробили акцент на заголовки та великі ілюстрації, також додали кнопку “Читати далі”. що підштовхує читача на дію, перейти на сторінку для ознайомлення з матеріалом. Відкриваючи посилання, читач бачить основний текст новини та її ілюстративне доповнення. Такий самий макет ми обрали і для наступної рубрики “Зимові традиції”.

Рубрика “Відео” демонструє користувачу головний плеєр, який можна відкрити на цій же сторінці, без переходу на інші платформи, під відео знаходиться текст, що знайомить читача про що буде йти мова у відеоролику. Так як, сучасний користувач Інтернету, дуже цінує свій час, ми вказали окремо тривалість перегляду.

Головні публікації досить стилізовані, виділені різними тонами та розроблені спеціально для зручності читача. Технічна характеристика текстів онлайн видання “ProVse” представлена таким чином:

- ліди:

шрифти: AwanZaman Light, Jaymont, Factum Light тощо;

кегель: від 20 до 40;

- основні публікації:

шрифти: Thunderbolt, Korenski, Factum Light;

кегель: від 14 до 30.

Зміст молодіжного онлайн видання “ProVse” чітко розмежований по рубриках, систематизований і логічно оформлений. Це допомагає читачу з легкістю обрати конкретний матеріал, який його зацікавив і відповідно до цього, швидко перейти на обрану ним сторінку.

Задумана нами концепція новинного сайту та його оформлення зовнішнього і внутрішнього наповнення цілком відповідає усім вимогам і, ми вважаємо, що візуальна структура та опублікований контент тісно пов'язані між собою гармонійно поєднуються один з одним. До того ж, наявні ілюстративні елементи впливають на краще сприйняття читачем матеріалу, а змістове наповнення насичує корисною і необхідною для нього інформацією.

Таким чином, для досягнення успішного результату у формуванні власного мультимедійного проєкту "ProVse" нами було:

- сформовано авторський задум;
- здійснено аналіз цільової аудиторії майбутнього проєкту;
- доведено актуальність онлайн проєкту;
- сформовано концепцію та структуру сайту, яка ознайомлює читача із його сильними сторонами;
- детально описано загальну структуру видання та здійснено поділ на рубрики;
- аргументовано інформаційне наповнення, доведено його мету, призначення, актуальність, вплив на реципієнтів;
- доведено дотримання усіх технічних і художніх вимог;
- здійснено написання власних матеріалів, використовуючи знання набуті у процесі навчання;
- детально описано технічні особливості видання: розробка головної сторінки, внутрішнього наповнення;
- здійснено підбір шрифтів.

ВИСНОВОК

Метою кваліфікаційної роботи було створення власного мультимедійного проєкту і дослідження особливостей створення онлайн видання. Для її реалізації ми дали визначення основним поняттям; зробили аналіз структури онлайн видання, визначили тематику сайту та цільову аудиторію; реалізували набуті знання у власному мультимедійному проєкті: онлайн видання “ProVse”.

Нами було виявлено, що онлайн видання користуються попитом у читачів та займають важливе положення у прогресуючому світі. Їх головні переваги - це швидкість публікування матеріалів, інтерактивність, зручна мобільна версія, доступний для розуміння матеріал.

Упродовж дослідження було виокремлено класифікацію онлайн видань, що допомогло нам обрати більш конкретний тип сайту і реалізувати його відповідно до стандартів.

Під час розробки власного онлайн видання було обґрунтовано концепцію, його візуального дизайну та сформовано технічні характеристики створення проєкту. Для інформаційного наповнення сайту було написано журналістські матеріали в інформаційному, аналітичному та художньо-публіцистичному жанрах. Таким чином, ми реалізували набуті знання та відпрацювали журналістську майстреність на практиці.

Критерії вибору матеріалів були детально наведені у практичній частині нашої роботи. Крім того, ми визначили вікове обмеження видання, яке варіюється від 16 до 55 років, оскільки на сайті публікуються матеріали для широкого загалу читачів. Відповідно до цього було здійснено детальний опис структури видання, зроблено його технічний опис і характеристика макету головної сторінки та внутрішнього наповнення.

Мультимедійний проєкт “ProVse” - це онлайн видання, яке публікується українською мовою, призначене для широкого загалу читачів, має незмінну

назву, містить багато інформаційного матеріалу, супровідних фотографій, ілюстративних елементів та змістового наповнення, яке може допомогти користувачам мережі Інтернет дізнатись новини свого міста та всієї України.

Зручний інтерфейс дозволяє користуватись сайтом як на комп'ютері так і в телефоні. Доступність нашого видання, різноманітність цікавих матеріалів має залучити чоловіка або жінку до читання, які прагнуть бути в курсі всіх головних подій міста та України.

Велика робота була пророблена і для підготовки концепції онлайн видання "ProVse": вибір Інтернет платформи для створення сайту, визначення авторського задуму та типу Інтернет ресурсу, написання контенту, створення оригінального дизайну, оформлення та верстки. Вдало підібрана платформа дозволяє оперативно редагувати сторінки сайту та оновлювати контент.

Отже, наш мультимедійний проєкт є грамотно оформленим та доцільним для оприлюднення. Мета роботи досягнена. Набуті знання під час навчання та виконання кваліфікаційної роботи повністю реалізовані у проєкті. Створення та публікація онлайн видання в форматі Інтернет сайту та написання журналістських матеріалів допомогло засвоїти теорію, без якої неможлива професійна діяльність журналіста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика / Е. А. Баранова – М. : ЮРАЙТ, 2014. – 215 с.
2. Лукіна М. М., Фомічова І. Д. ЗМІ в просторі Інтернету / М. М. Лукіна, І. Д. Фомічова М.: Изд. дом ВШЭ. – 2005. – 275 с.
3. Воган Т. Самое полное руководство по созданию мультимедийных проектов / Т. Воган; [пер. с англ. М. И. Талачевой]. – М. : НТ Пресс, 2006. – 520 с.
4. Комп'ютеризовані системи і технології у видавничій справі: монографія / під ред. О. І. Пушкаря. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2015. – 312 с.
5. Сучасний словник іншомовних слів : Близько 20 тис. слів і словосполучень ; [уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. – К. : Довіра, 2006. – 789 с. – (Словники України).
6. Ингенблек В. Всі про мультимедіа / В. Ингеблек. – К.: ВНУ, 1996. – 117 с.
7. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа : учеб. пособ. для студентов/ О. В. Шлыкова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 415 с.
8. Колісник О. Типологія Інтернет-ЗМІ як журналістичкознавча проблема. Вісник Харківської державної академії культури № 30. Харків: ХДАК, 2010. - 202–208 с.
9. Іванов В. Ф. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. - К., 2002. Вип. 3, ч. 1. - С. 41 - 43.
10. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. / Б. Потятиник. - Львів: ПАІС, 2004. - 312 с.
11. Різун В. Теорія масової комунікації: підручник для студ. Галузі «Журналістика та інформація». Київ: Просвіта, 2008. - 260 с
12. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 653 с.
13. Гатов В. Журналистика после цифрового перехода: Издательские решения / В. Гатов – Postjournalist. – 2015 – С. 2-7.

14. Мультимедийная журналистика — это больше, чем «работать на сайте». <<http://sila.media/multimedia/whatismultimedia/>>

15. Раскладкина М. К. Интернет как информационная среда и особенности работы журналиста в эпоху новых медиа [Электрон- ный ресурс] / М. К. Раскладкина // International Forum of Educational Technology and Society. – Режим доступа : http://ifets.ieee.org/russian/depository/v7_i2/pdf/7.pdf

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

А чи можеш ти прожити «День без поліетилену» ?

30 жовтня 2021 року по всій Україні пройде акція «День без поліетилену», яку підтримує команда проекту *ECOBUSINESS*. Доєднатись до акції можуть як споживачі, так і заклади, супермаркети, магазини, ринків та інші торгові точки.

Середньостатистична тривалість життя пакета - 20 хвилин, а розкладається він 400 років. Чому б не відмовитися від покупки поліетиленових пакетів і пластикової упаковки хоча б на день? Адже вони щорічно є причиною загибелі сотень тисяч морських тварин і птахів - багато хто з них не можуть відрізнити пластик від своєї здобичі. Кожен українець використовує в рік приблизно 500 пластикових пакетів. В ЄС цей показник наближається до 90.

«Наша мета – привернути увагу суспільства до проблеми надмірного споживання одноразових пластикових виробів та, як наслідок, непоправного забруднення довкілля пластиковими відходами. Окрім цього, популяризувати доступні екологічні рішення на заміну пластику», – коментують у Мінекології.

Організатори акції пропонують наступні формати участі в акції:

- флешмоб «День звільнення будинку від пластикової упаковки». Діти разом з батьками збирають вдома всю упаковку з пластику і вивозять її в офіційний пункт прийому прийому відходів. Фото- і відеоматеріали участі в флешмобі розміщуються учасниками в соціальних мережах з хештегом #ДеньВідмоваВідПластику, #ВідмовляйсяВідПластикуЯкМояСім'я та іменами користувачів, яким передається естафета;

- акція «Їдеш в магазин - не забудь паперовий пакет». Батьки з дітьми організують похід в магазин з паперовим пакетом або багаторазовою сумкою («екосумки»). Процес упаковки товару в паперовий пакет фіксується в фото- або відео матеріалах і розміщується в соціальних мережах із зазначенням хештегов #ДеньВідмоваВідПластику, #ВідмовляйсяВідПластикуЯкМояСім'я та іменами користувачів, яким передається естафета.

Сьогодні вже близько 40 країн світу обмежили або повністю заборонили використання поліетилену: Ефіопія, Кенія, Уганда, Руанда, Камерун, Бангладеш, Сінгапур, Індія, Франція, Тайвань та інші.

Україна на шляху заборони неекологічних пакетів. Зареєструватися для участі в акції можна за посиланням: (посилання...)



Без маски? Штраф! У Сумах притягнули до відповідальності громадян за порушення правил карантину.

Оновлено: 17 жовт. 2021 р.

Ковпаківський районний суд м. Суми притягнув до адміністративної відповідальності двох громадян за порушення правил карантину.

Обоє перебували в громадському місці без вдягнутого засобу індивідуального захисту та не мали при собі документів, що посвідчують особу. Чоловік перебував у магазині «АТБ», а жінка — у тролейбусі, де вчинила суперечку з кондуктором. Її вина повністю підтверджується записом із нагрудної камери поліцейського. Суд наклав на них стягнення у вигляді штрафу по 17000 грн, також їм доведеться сплатити судовий збір.

Всього станом на 25 жовтня 2021 року до суду надійшло 183 протоколи, складених за порушення статті 44.3 Кодексу України про адміністративні правопорушення. Адміністративне стягнення у вигляді штрафу накладено на вісьмох осіб, 40 справ закрито за відсутністю складу правопорушення, 5 — у зв'язку з закінченням строків притягнення до адміністративної відповідальності, ста п'ятьом громадянам оголошено усне зауваження через малозначність скоєного.



Знову незадоволені? У Сумах підприємці перекрили одну з центральних вулиць

Оновлено: 24 жовт. 2021 р.

Представники малого та середнього бізнесу зранку 23 жовтня вийшли на акцію протесту проти карантинних обмежень “червоної” зони у Сумах. Що саме зараз відбувається у центрі міста дізнаємось від кореспондентки Краснянської Ольги:

”Саме зараз люди ходять через пішохідний перехід. Рух вулицею зупинений. Поліція розвертає автомобілі, які не встигли проїхати. Підприємці перекрили пішохідний перехід від ТЦ “Кіїв” до “МакДональдзу” в центрі Сум. У руках несуть плакати і прапорці з написами “Save ФОП”, “Вимагаємо зберегти бізнес”, “Економіка там, де бізнес”, “Хочем працювати, а не жебракувати”.

”Не працюємо, як заборонили працювати й не працюємо. Уважаю, що потрібно не встановлювати вибірковий карантин. Яюсь утримуватися і сплачувати податки, персонал весь вже розійшовся, бо працювати нам не дають”, – каже учасниця мітингу рестораторка Світлана Чугай.”

На акцію прийшли більше сотні людей. Паралізовано роботу комунального транспорту. Приватні маршрутки та автівки об’їжджають перехрестя з нерегульованим пішохідним переходом. Планують продовжувати протести протягом дня.”



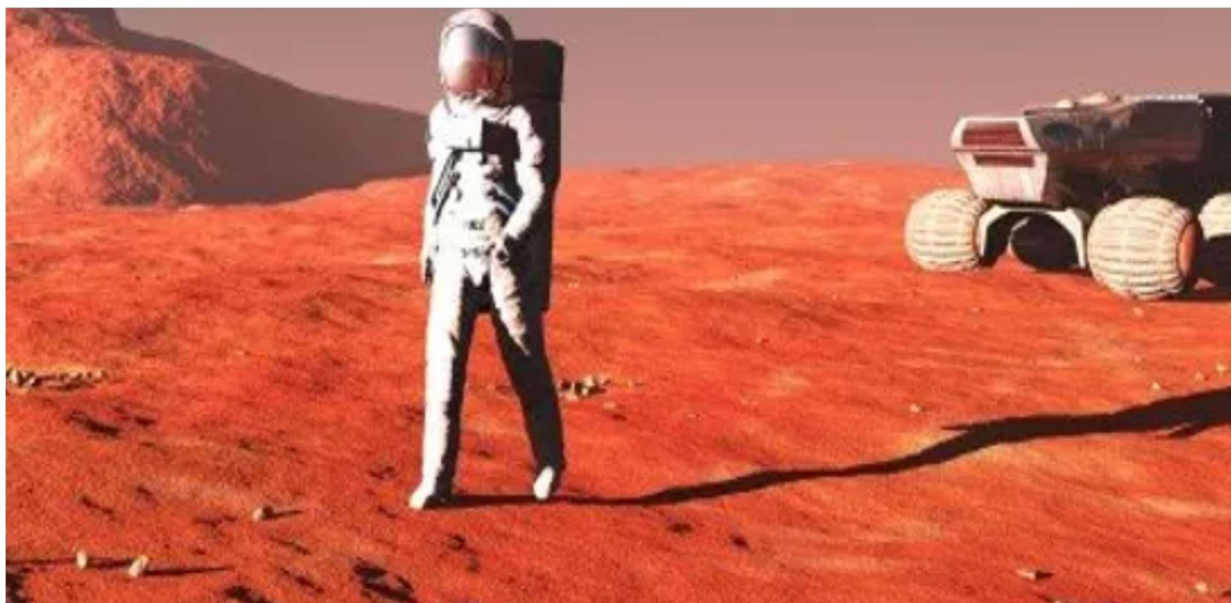
У Сумах чотири дитини з підтвердженим COVID-19 перебувають в реанімації

Оновлено: 24 жовт. 2021 р.

Станом на сьогодні на стаціонарному лікуванні у міській клінічній лікарні №5 перебуває 126 осіб, з них 11 – у відділенні інтенсивної терапії, троє – на ШВЛ, 60 перебувають на кисневій підтримці. У міській дитячій лікарні на стаціонарі перебуває 16 дітей, з них у 4 підтвердили COVID-19, вони перебувають в реанімації.

У міській клінічній лікарні № 4 на лікуванні перебувають 30 хворих, з них 26 – отримують кисень вільним потоком.





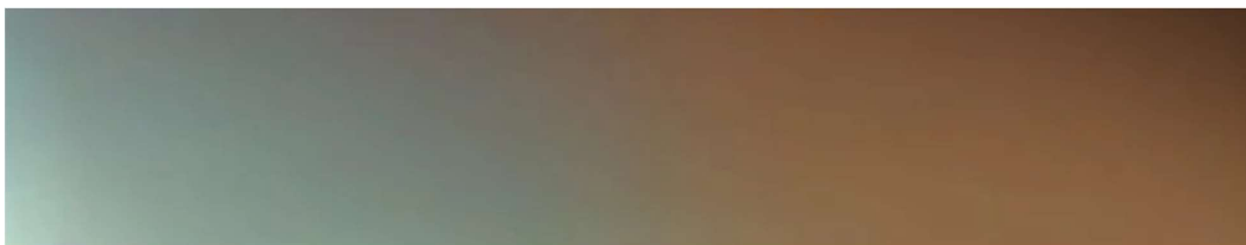
"Космічний зонд "Надія" у рамках першої міжпланетної арабської місії досягнув орбіти Марса у вівторок, 9 лютого",- повідомило агентство Reuters.

200-мільйонний проект дозволив ОАЕ стати п'ятою країною «в околицях Марса», після США, Європейського Союзу, Індії і Росії. Al Amal (в англійському варіанті Hope, або Надія) запустили в липні з японського космічного центру Tanegashima на ракеті Mitsubishi H-2A. Космічний зонд за сім місяців подолав 300 мільйонів миль і почав обертатися по орбіті навколо Марса.

Цілі та безпека місії Al Amal

Головна ціль - спостереження за атмосферою планети для кращого розуміння марсіанської погоди. Для цього потрібно вивчити глобальний погодний цикл, принципи формування пилових бур і зрозуміти причини втрати водню і кисню у верхніх шарах атмосфери Червоної планети. Апарат буде залишатися на орбіті протягом всього марсіанського року, це майже вдвічі більше за земний.

Для наукових цілей зонд оснащений мультиспектральною камерою EXI і спектрометрами, названі EMIRS і EMUS. Вони дозволяють вести спостереження за атмосферою Марса у видимому, інфрачервоному й ультрафіолетовому діапазонах. Космічний апарат буде займатися дослідженнями розподілу в атмосфері Марса води, льоду, а в нижніх шарах такі явища, як пилові бурі, а також те, як погода змінюється в різних регіонах планети.





Вересневий Ренессанс Stand Up!

У Сумах відбувся Стендап вечір. Коміки з Києва, Харкова та Сум веселили гостей ресторану Graffin. Наша кореспондентка побувала за кулісами та дізналась усі...