

Сайт музичного спрямування: робота редактора

Силкін Є. О., Терханова О. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті обґрунтована необхідність участі редактора в процесі підготовки сучасних електронних видань різних видів, у тому числі і веб-ресурсів, описана методика редакторського аналізу веб-сайтів. При сучасному рівні розвитку Інтернет-технологій будь-який бажаючий має можливість створити власне інтернет-видання, не володіючи при цьому будь-якими спеціальними знаннями й навичками в даній області. Описана послідовність роботи редактора при створенні сайту. Визначено поняття юзабіліті і обґрунтована необхідність участі редактора в роботі щодо поліпшення даного параметра музичних веб-сайтів.

Ключові слова: контент; редакторський аналіз; архітектоніка сайту; веб-ресурси музичної тематики; юзабіліті.

1. Вступ

Постановка проблеми. Інтернет – настільки всеохопне інформаційне середовище, що кожен може знайти тут цікавий для себе контент. Одним із найбільш популярних є музичний. Певних вимог щодо оформлення, подання контенту, архітектоніки ресурсів музичної тематики не існує. Загальна настанова на простоту дизайну, його адаптивність, відкриває широкий простір для несмаку, незручного та неправильного дизайну, непрофесійного неграмотного контенту. Усе це ускладнює сприйняття змісту ресурсу, а то й спричиняє дискомфорт відвідувачам. Відповідно, на перший план виходить редактор, що має докласти зусиль до того, щоб сайт набув професійного оформлення і був зручний для всіх зацікавлених. На жаль, вітчизняні музичні ресурси поки що не отримали належної уваги з боку наукової спільноти, що і становить актуальність нашої розвідки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Незважаючи на те, що мережевий простір у різних його аспектах активно досліджується, про що свідчать численні праці зарубіжних та українських авторів – Р. Крейга, В. В. Різуна, О. К. Мелещенка, В. Ф. Іванова, Б. В. Потятиника та С. М. Квіта, проте про роль редактора на сайті з музичним наповненням ніхто з них нічого не говорив. Так, Борис Потятиник розглядає поняття й специфіку інтернет-журналістики, дає рекомендації стосовно підготовки матеріалів для новинно-аналітичних мережевих ресурсів. У підручнику Р. Крейга, що став практично класичним, окремий розділ присвячено особливостям роботи редактора в інтернет-медіа. Дослідник наголошує, що обов'язки редактора онлайн-ЗМІ набагато ширші за ті, що виконує редактор традиційних медіа. Веб-середовище висуває вимоги універсальності не лише до журналіста, але до редактора.

Сучасний веб-простір пропонує любителям музики велику кількість сайтів.

Terhanova O., Candidate of Philological Sciences (Ph. D.), Associate Professor, e-mail address: terkhanova_o@fszmk.dnulive.dp.ua, Silkin E., Graduate Student, e-mail nice.velikiy2000@gmail.com, tel.: +380500253286, Oles Honchar Dnipro National University, 13, Naykova Str., Dnipro, 49050, Ukraine

Терханова О. В., кандидат філологічних наук, доцент, електронна адреса: terkhanova_o@fszmk.dnulive.dp.ua, Силкін Є. О., магістр, електронна адреса: nice.velikiy2000@gmail.com, тел.: +380500253286, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, вул. Наукова 13, Дніпро, 49050, Україна

Мета статті – визначити специфіку архітекtonіки та контенту веб-ресурсів музичного спрямування, розглянути аспекти роботи редактора над матеріалом музичних веб-сайтів.

Об'єкт дослідження – обов'язки редактора, що працює над матеріалом музичних веб-сайтів.

Методи дослідження. Щоб досягти мети, поставленій у розвідці, ми застосували метод спостереження. Методи аналізу дозволили розглянути різні аспекти роботи редактора над сайтом музичного спрямування. Також ми використали порівняльний та індуктивний методи, які дозволили прийти до певних висновків.

2. Результати і обговорення

Надзвичайно важливим завданням є редакторська підготовка текстових матеріалів музичного сайту. Хоча такі ресурси оперують значним розмаїттям мультимедійних засобів, текстовий контент є основним способом поширення інформації. За роки розвитку веб-середовища текстові компоненти набули низку функцій, неможливих для традиційної друкованої форми. Гіпертекстуальність, властива інтернет-ресурсам, стала потужним засобом відображення текстових елементів.

Веб-дизайнери можуть підтвердити, що веб-сторінка являє собою організоване певним чином відображення текстових елементів, які відвідувач здатен адекватно сприймати завдяки HTML-кодам. Саме вони визначають те, яким саме чином текст буде представлений у вікні браузера. При цьому аудіо- та відеоінформація, графіка – це низка окремих файлів, що не є безпосередньою складовою цієї веб-сторінки. Ці файли знаходяться на певному хостингу і мають конкретне розширення, що дозволяє сприймати їх на сайті. На самій же сторінці знаходяться вказівки на доступ до них.

У редактора сайту з музичним контентом, як мінімум, подвійне завдання. Оскільки ресурс містить текстову інформацію, то цілком припустиме застосування звичних методик редагування тексту, які десятиліттями застосовували редактори до текстів друкованих видань.

Але веб-середовище накладає додаткові обов'язки, зумовлені специфікою подання інформації на мережному ресурсі, адже тут подано не лише текстовий контент, але є й мультимедіа, та й читацьке сприйняття текстів відмінне від того, що подається на паперових носіях.

Про цю відмінність говорив дослідник з Техаського університету Ендрю Діллон. Він стверджує, що читання з екрану значно відрізняється від сприйняття інформації на папері. Так, монітор випромінює світло, що втомлює очі і диктує необхідність специфічної подачі тексту. Доведено, що один і той самий матеріал має бути приблизно на 50 % менший для електронного носія, ніж для викладу на папері [1].

З огляду на те, що на екрані, особливо, якщо читач сприймає текст з такого гаджету, як смартфон або планшет, видно не весь текст, а його певну частину, доводиться переривати процес читання і скропити, тобто прокручувати сторінку. Це спричиняє певний збій у сприйнятті тексту, адже перегортати друковану сторінку доводиться набагато рідше, ніж прокручувати статтю на сайті. Через це око рухається активніше, стомлюється швидше, а тому інформація сприймається гірше.

Складності додає шрифтове оформлення веб-ресурсів. Якщо обрати неправильну гарнітуру та кегль, то можна і взагалі відвернути відвідувача від читання матеріалів.

Притаманна інтернет-викладу відсутність абзаців також не на користь зручності читання з монітора.

Усі ці причини привели до того, що люди з екрана читають на 25 % повільніше, ніж з друкованого аркуша.

На всі ці нюанси також має бути спрямована увага редактора.

Крім об'єктивних чинників сприйняття тесту з екрана, внесла свої нюанси й постмодерністська епоха, що призвела до фрагментарності й кліпового мислення. Поширення набув тип читання, який можна назвати «переглядним». 79 % читачів лише переглядає по діагоналі текст, а то й обмежується прочитанням самих лише заголовків.

Далеко не всі сайтобудівники знають ці нюанси, відповідно, створюють ресурс на свій смак та розсуд, а це призводить до зниження юзабіліті та попиту на ту інформацію, що надає ресурс. Щоб зекономити, часто економлять на послугах редактора та коректора, подаючи малограмотну і неструктуровану інформацію. Усе це заважає читати тексти, нівелює зусилля усіх, хто брав участь у створенні сайту, створює погану репутацію. Як результат, ресурс обіймає останні рядки у пошуковій видачі, його неможливо знайти. Відповідно, кошти, час і зусилля виявляються витраченими дарма.

Крім того, щоб обміркувати зміст текстового матеріалу, його композицію, шрифтове оформлення, слід подбати і про дизайн ресурсу. С. Г. Антонова зазначала: «Основні завдання дизайну – сприяти найкращому сприйняттю й розумінню тексту, а також забезпечувати цілісність видання [2, с. 21].

Між тим, якщо гіперпосилання недостатньо виразно виділене у тексті, це також є недоліком. Сучасний читач не буде відшукувати гіперпосилання, а просто перейде на конкурентний ресурс. Відповідно, цей необхідний компонент мережних текстів також потребує редакторської уваги. Крім того, мало виділити гіперпосилання у тексті, редакторів слід перевірити, чи правильно воно працює, чи веде на потрібну сторінку, адже «биті» посилання не лише ускладнюють процес читання, але й знижують авторитет сайту в очах пошуковиків. Це ще один аспект роботи редактора.

Слід сказати і про неприпустимість «хайпової» інформації, неправдивого або образливого контенту на адресу конкурентів, дискримінаційних, штучно спотворених матеріалів. Такі тексти й висловлювання редактор має видаляти.

Здебільшого сайти музичної тематики мають специфічну цільову аудиторію. Зазвичай це фанати творчості групи або співака, якому належить сайт, а то й самі митці виступають організаторами, творцями і власниками такого ресурсу. Якщо цей веб-ресурс ведеться професійно, то його редакторів слід взяти до уваги, що мова матеріалів має бути близькою та зрозумілою відвідувачам. Відповідно, не дивно, що тексти, подані на такому сайті, будуть рясніти неформальною лексикою та жаргонізмами. Хоча ці лексичні одиниці з точки зору літературно нормативної мови перебувають на маргінесі вжитку, для ресурсів означеної тематичної спрямованості вони є природними, тому позбавляти матеріали колориту, вичищаючи жаргонізми, не варто. Адже сам жаргон є мовою певного кола людей, втаємничених у специфіку певної діяльності. Відповідно, ці слова знайомі аудиторії, апелюють до почуття її приналежності до кола фанатів гурту, напряму, музичної течії.

Що потребує пильної уваги редактора музичного сайту – так це відповідність заголовків викладеному матеріалу. До того ж, фахівці із seo-оптимізації радять давати в заголовках ключові слова, за якими пошукові системи ранжують сайти аналогічної тематики.

Д. А. Вуйлов і В. В. Полубояров зазначають: «чим вища позиція сайту в результатах пошуку – тим більше зацікавлених відвідувачів переходить на нього з пошукових систем» [3, с. 237].

Окреслимо етапи роботи редактора над текстами для музичного сайту.

Перш за все, варто розпочати з попередньої обробки тексту. Тут редактор працює з відповідним програмним забезпеченням, ліквідуючи анормативи граматичного, лексичного, стилістичного плану. Цей етап збігається з аналогічною роботою редактора для підготовки матеріалів для традиційного друкованого видання – як періодичного, так і неперіодичного.

Добираються відповідні ілюстративні матеріали, що мають бути унікальними оскільки пошукові системи вміють розрізняти запозичений з фотобанків та аналогічних ресурсів ілюстративний контент і знижують рейтинги сайту у пошуковій видачі.

Наступний етап передбачає зміни в структурі тексту. Це відбувається в редакторі сторінок сайту. З огляду на вимоги веб-середовища до текстового контенту, матеріал адаптується для читання з монітора. Слід структурувати текст. Один абзац мережного тексту – це приблизно 500 знаків. У тексті мають бути списки, природно введені ключові слова та словосполучення. Матеріал слід розбити на мікротеми, оформивши за допомогою підзаголовків різного рівня (від H1 до H6). Акцентуацію можна зробити за допомогою шрифтового та колірнього оформлення. Цей підхід робить навіть досить значні за обсягом тексти такими, що легко читаються і сприймаються. Редакторіві слід дотримуватися розумного балансу між чіткістю висловлювання та емоційною складовою тексту. Специфіка цільової аудиторії потребує вираження почуттів, майстерної передачі пережитих подій, експресивного викладу.

Наступне, що треба зробити з текстом, призначеним для інтернет-середовища, – розставити і правильно оформити гіперпосилання. Також слід перевірити, чи вони ведуть на правильну сторінку чи статтю. «Битих» посилань не повинно бути. Гіперпосилання надзвичайно зручні адже за їх допомогою текст стає природною складовою контенту сайту. Гіперпосилання зазвичай виділяються підкресленнями кольором або мають текстове вираження наприклад: «Попередні матеріали з цієї теми можна знайти тут». Часто гіперпосилання стоїть у матеріалі окремим рядком.

Після того, як текст готовий, переходять до дизайнерського оформлення. Тепер треба зібрати в одне ціле ілюстрації, текст, шрифти, кольори, візуалізувати їх. Слід подбати, щоб візуальне оформлення не перешкоджало сприйняттю текстового контенту. Оригінальність та ненав'язливість – те, до чого треба прагнути при оформленні сторінки музичного сайту.

Веб-середовище дозволяє перевірити результат. Матеріал відкривають у популярних браузерях на кількох гаджетах і перевіряють, як він відображається. Знайдені помилки усуваються. Тепер інформацію можна оприлюднювати.

З огляду на оперативність оновлення інформації на сайтах, редактор має бути не лише висококваліфікованим текстовиком але й дуже швидко працювати.

Зображення, які подають на веб-сторінках, мають свою специфіку, неврахування якої призведе до відкочування на нижчі позиції у пошуковій видачі.

Комп'ютерні зображення бувають растровими та векторними. Їх наявність на сайті має позитивні та негативні характеристики. Матеріал, у якому наявні графічні елементи сприймається краще, але зазвичай фото досить «важкі», тому швидкість відображення сторінки може постраждати через надмірну кількість фото. Тому варто дотримуватися принципу розумної достатності, обробити графіку таким чином, щоб вона не була аж занадто «важкою». Краще, якщо ілюстрації та фото зроблено власноруч, а не взято із відповідних банків зображень.

Природною складовою музичного сайту є аудіо- та відео контент. Зазвичай це нові альбоми співака або групи, концерти або уривки з них, відео конференції або інформація про зустрічі із шанувальниками. Щоб мультимедіа адекватно відтворювалась за бажанням відвідувача, слід дібрати плеєр, а редакторові – перевірити, як відтворюються аудіо- та відеоматеріали. Також є можливість дати посилання на різноманітні відеохостинги, сервіси та майданчики, де розміщено відповідний контент. Наприклад, це може бути YouTube. Це світовий лідер серед відеосервісів Мережі. Він займає третє місце за відвідуваністю.

3. Висновки

Таким чином, розглянувши специфіку роботи редактора музичного сайту, можемо прийти до таких висновків.

Сайти, що пропонують музичний контент, досить різноманітні. Це можуть бути офіційні сторінки музичних установ та організацій, фан-клубів співаків та музичних груп, їх персональні сайти. Значний сегмент становлять конвергентні медіа – мережеві аналоги друкованих видань та електронні газети й журнали, які не мають друкованої версії. Широко представлені у Глобальній Мережі сайти радіостанцій, основний контент яких – музичний. До якого б різновиду не належав музичний веб-ресурс, він потребує редакторської уваги.

Діяльність редактора в електронному просторі має низку спільних рис із роботою у друкованому виданні, але й значні відмінності.

Наприклад, редактор інтернет-ресурсу повинен знатися на таких суто мережевих поняттях, як юзабіліті, seo-просування. Він повинен уміти розставляти гіперпосилання та відстежувати їх дієвість. Сайти з «битими» посиланнями дуже втрачають у рейтингах пошукових систем.

Крім того, редактору варто знати основи веб-дизайну, його сучасні тенденції, адже будь-який сайт являє собою сукупність текстової, графічної та мультимедійної інформації. Відповідно, чим майстерніше враховані взаємостосунки, взаєморозташування та взаємодія цих складових – тим краще працює сайт і тим зручніше відвідувачам ним користуватися.

Усе це вимагає від редактора знань про основні види графіки, аудіо-та відеоплеєрів, специфіку їх роботи та правильність відображення на сторінках сайту.

Риси, що роблять роботу редактора музичного сайту схожою з працею редактора друкованого видання – це підготовка текстового матеріалу до викладення на веб-сторінки. У цьому виділяють етапи, аналогічні тим, які проходить матеріал у друкованих виданнях. Так само виправляються різноманітні помилки, редактор стежить за правильністю фактичного матеріалу, текст структурується за вимогами до контенту, що викладається у Мережі. Добираються фото, ілюстрації, розставляються гіперпосилання.

З огляду на все сказане, можна сказати, що редактор музичного веб-ресурсу – посада обов'язкова, такий фахівець поєднує вміння властиві для друкованої продукції та навички, характерні для інтернет-середовища. Умілий редактор поєднує в собі навички літературного редактора, веб-дизайнера, seo-працівника.

Хороший редактор музичного ресурсу – практично універсальний фахівець, який багато знає і вміє. Без його роботи сайт ризикує залишатися непопулярним. Вимога часу – вміння працювати з друкованими та електронними текстами.

Список використаних джерел

1. Dillon A. Reading from paper versus screens: a critical review of the empirical literature. *Ergonomics*. Vol. 35. Issue 10. P. 1297–1326.
2. Антонова С. Г. Редакторская подготовка изданий: учебник. Москва : Логос, 2004. 496 с.
3. Вуйлов Д. А. Интернет-технологии: учеб.-метод. пособие. Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. 260 с.

Silkin E., Terhanova O. Musical website: editorial work

The Internet is such an all-encompassing information environment that everyone can find the content that is interesting to them. One of the most popular kinds of content is the music. Websites that contain musical content are varied. These are the official resources of various organizations related to the professional production of music, professional singles and music bands, pages that provide an opportunity to watch the online concert of any singer of present or past times, presented on the Web and converged media sites of the radio stations, network editions of printed magazines and purely electronic music media. They provide the consumer with such multimedia components as music, video, and animation. The requirements existing for creation of the web resources are analyzed, the specifics of creation of the text content for Internet resources is determined, the features of imagery for the web environment are considered, the basic principles of usage of graphic images and the rules of colour registration of the websites are determined, the main responsibilities of the editor when creating a site of musical direction are actualized, the architectonics and content of musical resources is investigated.

In the process of the study, the specificity of the architectonic organization of five musical Ukrainian sites was analyzed. It was determined that all of them contain text, graphic and audio-visual content, give the visitor the opportunity to become an expert on contemporary Ukrainian music, to get acquainted with the work of little-known music groups and solo performers. Accordingly, resources of this type are a significant contribution to the cultural life of the country.

The novelty of the work is explained by the lack of research on the topic.

The practical significance. Research will be interesting to all specialists, involved in the production of Internet content.

The results of the study can be used in the further study of the Ukrainian segment of Internet publications, the creation and development of similar Internet resources.

Keywords: content; editorial analysis; architectonics of the site; musical web-resources; usability.

DOI: 10.5281/zenodo.2839180

Основні принципи інформаційного мовлення на локальних радіостанціях Дніпра

Солод А. С., Бахметьєва А. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті аналізуються основні підходи до організації інформаційного мовлення на локальних радіостанціях міста Дніпра. Розглядаючи загальну характеристику, принципи верстки та подачі інформації у новинах на радіостанціях «Європа Плюс. Дніпро», «Українське радіо. Дніпро» та «Інформатор ФМ», нами виокремлено три принципи

Bakhmetieva A., Candidate of Sciences in Social Communications (Ph. D.), Associate Professor,
e-mail: bakhmetieva_a@fszmk.dnulive.dp.ua,
tel.: +380563749820

Solod A., Student,
e-mail: anastasiasolod45@gmail.com,
Oles Honchar Dnipro National University,
13, Naykova Str., Dnipro, 49050, Ukraine

Бахметьєва А. М., канд. наук із соц. ком., доцент,
електронна адреса: bakhmetieva_a@fszmk.dnulive.dp.ua,
тел.: +380563749820

Солод А. С., бакалавр,
електронна адреса: anastasiasolod45@gmail.com,
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара,
вул. Наукова 13, м. Дніпро, 49050, Україна