

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА

Кафедра видавничої справи та медіакомунікацій

КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА

за спеціальністю 061 Журналістика

(Освітньо-професійна програма

«Видавнича справа та медіакомунікації»)

**Авторський проєкт створення інтернет-сайту «Кав'ярні Тернополя»:
журналістське опрацювання контенту**

**Author Project of Creation of the Website 'Ternopil Coffeehouses':
Journalistic Processing of Content**

Виконала: студентка II курсу, групи Жб-21

Собчук Тетяна Володимирівна

Керівник: професор кафедри

видавничої справи та медіакомунікацій

Фінклер Ю. Е.

Рецензент: доцент кафедри журналістики та

засобів масової комунікації

Нац-го. ун-ту. «Львівська політехніка»

канд. н. із соц. комунік. Семен Н. Ф.

Анотація

Собчук Т. В. Пояснювальна записка до дипломного проекту роботи «Авторський проєкт створення інтернет-сайту “Кав’ярні Тернополя”: журналістське опрацювання контенту». Галицький коледж ім. В’ячеслава Чорновола, 2022р.

Мета дипломної роботи – розкрити тематику, ідею, історію створення, секрети становлення кави та особливості сьогодення закладів за допомогою журналістського опрацювання, що дасть можливість зацікавити нових гостей та сприятиме розвитку і покращенню бізнесу у місті.

Одержані результати реалізовано і введено в експлуатацію інтернет-сайту, який дозволяє зручно поширювати журналістські матеріали тим самим покращує промоцію міста Тернополя через кав’ярні.

Ключові слова: інтернет-сайт, дизайн, логотип, технічні засоби, програмне забезпечення, журналістські матеріали, користувач, контент, аудиторія.

Abstract

Sobchuk T. V. Explanatory note to the diploma project “Author Project of Creation of the Website 'Ternopil Coffeehouses': Journalistic Processing of Content”. Vyacheslav Chornovil Halytskyi College, 2022.

The purpose of the thesis is to reveal the theme, idea, history, secrets of coffee and features of today’s establishments through journalism, which will attract new guests and promote the development and improvement of business in the city.

The obtained results were implemented and put into operation on the Internet website, which allows to conveniently distribute journalistic materials and thus improves the promotion of the city of Ternopil through cafes.

Keywords: website, design, logo, hardware, software, journalistic materials, user, content, audience.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	7
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	9
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку; відмінності пропонованого продукту від вже існуючих продуктів.	9
2.2 Структура сайту	11
2.3. Жанрова палітра	14
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення (для друкованих та інтернет-проєктів) / Музичний супровід (для теле-, радіо-проєктів, інтернет-сайтів).	15
2.5. Авторська ідея.....	17
2.6. Особливості аудиторії.....	18
РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	20
ВИСНОВКИ	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	24
ДОДАТКИ.....	26

ВСТУП

Інтернет є незмірним медіа-простором, де стрімко з'являються нові типи медіа. Електронні ресурси подачі інформації рішуче починають витісняти традиційні ЗМІ на ринку, часто перевершуючи їх якістю і ефективністю розробки та представленням контенту. Гіпертекстові та мультимедійні перспективи інтернет-сайтів все більше приваблюють аудиторію, знаходять поціновувачів швидкого доступу до інформації.

Також потрібно зауважити, що мережа інтернет має важливе значення для журналістської діяльності. По-перше, це велике джерело найрізноманітнішої інформації: можна вільно знайти потрібні факти, матеріали, статистичні дані та документи. Головна загроза цьому – дезінформація. В такому випадку потрібно чітко відокремлювати правду від фейків, фільтрувати будь-який контент. А по-друге, інтернет є джерелом зародження інтернет-журналістики. Оперативне і грамотне висвітлення подій, фактів, а також аналітики цінуються аудиторією. Велика кількість фактологічних помилок є платою за оперативність, що з часом призводить до прикрого перекручування реалій та до зменшення відвідуваності.

Сьогодні інтернет є способом отримання новинних матеріалів для великої кількості людей у всьому світі. Його перевагою є доступність, широке охоплення аудиторії та швидкість інформування з додатковою мультимедійністю для кращого впливу на світогляд суспільства. Через велику насиченість на ринку послуг та товарів відбувається зростання конкуренції і це примушує підприємства шукати напрями для збільшення їх переваг, щоб вирізнитися на тлі інших закладів. Саме тому набирають популярності інтернет-сайти закладів із цікавою інформацією для покращення авторитету.

Актуальність теми творчого проєкту зумовлюється тим, що у процесі активного формування інформаційного суспільства зростає попит на створення якісного інтернет-сайту з високим рівнем грамотності та легким сприйняттям аудиторією. Таких високих критеріїв можна досягнути шляхом залучення

професійних журналістів, створення гідного контенту та розробки зрозумілого функціоналу.

В пошуковій системі «Google» можна знайти чимало подібних сайтів, але **наукова новизна** роботи визначається тим, що цей інтернет-сайт – перший у Тернополі, де зібрано найважливішу та найцікавішу інформацію про місцеві кав'ярні, висвітлено їхню історію створення та сучасне функціонування у доступній формі. Наповнення ресурсу складається з повністю власних світлин, відео та текстових матеріалів.

Об'єкт дослідження – інтернет-сайт про кав'ярні міста Тернополя, як авторський проєкт.

Предметом дослідження є наповнення та журналістське опрацювання контенту інтернет-сайту про кав'ярні Тернополя.

Об'єкт та предмет дослідження визначили **мету** нашої роботи: розкрити тематику, ідею, історію створення та особливості сьогодення закладів, що дасть можливість зацікавити нових гостей та сприятиме розвитку і покращенню цього виду бізнесу у місті.

Відповідно до поставленої мети передбачаємо розв'язання ряду завдань, основними з-поміж яких є:

- здійснити оцінку оригінальності закладів;
- виконати власну фотозйомку у кав'ярнях міста;
- поспілкуватися з баристами;
- дослідити колористику закладів та теорію її впливу;
- розробити логотип інтернет-ресурсу;
- створити сайт та наповнити його власними журналістськими матеріалами.

Розроблений сайт повинен бути максимально легким для отримання користувачами актуальної інформації про кав'ярні. Цей ресурс – немов візитна картка закладу, яка дозволяє аудиторії дізнатися про головні переваги.

Для розв'язання поставлених завдань у ході роботи використано такі **методи** дослідження: аналітико-синтетичного опрацювання джерел (для

дослідження спеціальної літератури); аналізу (для вивчення стану ринку); описовий (для передачі загального враження від закладу у матеріалах); моделювання (для створення і розробки сайту); узагальнення (для написання висновків).

Теоретичне значення. Отримані результати комплексного теоретичного і практичного дослідження та розробки сайту дозволять наблизити розв'язання таких теоретичних проблем науки про журналістику: технологія популяризації журналістських матеріалів на соціально-побутові теми серед широкої аудиторії; особливості медійного впливу на людину з метою її зацікавлення; розробка доступності контенту; формування чинників естетичного задоволення аудиторії від користування інтернет-сайтом, що покращує сприйняття контенту, а також дозволить сформулювати оціночне бачення та співставлення прочитаного з дійсністю. Крім того, виокремлено роль журналіста в роботі сайту, який не є представником інтернет-медіа (а, отже, і не представником інтернет-журналістики), а являє собою рекламно-інформаційний спектр інтернет-контенту.

Практичне значення визначається тим, що результати роботи можуть бути використані у ВНЗ із курсу «Основи веб-розробки», а також під час вивчення предметів «Стартапи: перші кроки в підприємництві» та «Основи фотожурналістики», для створення сайтів на замовлення та реалізації авторських проєктів.

Апробація. Опубліковані тези результату дослідження, що включені до бакалаврської роботи, у «Віснику наукових досліджень» Галицького коледжу ім. В. Чорновола.

Структура і обсяг роботи. Творчий проєкт складається із двох частин: теоретичної – пояснювальна записка (вступ, три теоретичних розділи, які в свою чергу поділяються на підрозділи, висновок, список використаних джерел із 18 позицій та 14 додатків), в межах якої аргументується необхідність виробництва якісного журналістського продукту, а також практичного доповнення – макету Інтернет-сайту «Кав'ярні Тернополя».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Засоби масової комунікації посідають значну роль в житті сучасного індивіда і суспільства загалом. Вони стали невіддільною часткою прогресу та є одним із головних джерел глобалізації.

Впливову роль в історії отримує поява інтернету з його реалізацією зворотного зв'язку і помітним впливом на різні області існування людства. В результаті відбуваються зміни внутрішнього світу людини, системи її сприйняття й цінностей.

В теперішній час ресурси інтернету є найважливішими факторами соціалізації нинішньої молоді. Вони стали неосяжним полем, де користувач опановує суспільні норми та одержує життєвий досвід, і в той самий час, може сам активно поширювати будь-яку інформацію [6, с. 58].

Сьогодні затребуваною ознакою журналіста є вміння користуватися усім функціоналом інтернету і розвиватися у ньому. Адже звичні друковані ЗМІ уже відходять на задній план, а тверду ланку займає інтернет-журналістика, випереджаючи в оперативності та якості. Саме в цьому плані журналіст опрацює безліч фактів, думок і подій, які він структурує, пояснює і відтворює у вигляді журналістського матеріалу. У тому, як він доносить інформацію людям проявляється його індивідуальність та позиція, проте, у більшості випадках, журналіст опирається на точні документальні явища, а знаходить він їх або із відкритих джерел в інтернеті, або від прямого власника потрібних даних [2, с. 66].

Інтернет став великою площиною де відбувається становлення і розвиток онлайн-ЗМІ. Так створилися видання, радіо, телебачення, блоги, проєкти, дайджести, що представлені, як мережеві об'єкти онлайн-ресурсу. Для багатьох, через постійну взаємодію, Інтернет став синонімом до ЗМІ.

Науковці в галузі соціальних комунікацій не можуть повністю розв'язати питання приналежності інтернету до засобів масової інформації. На думку Г. Штромаєра, «Інтернет, ні за яких обставин, не можна ототожнювати із

ЗМІ» [17, с. 48]. Врахувавши те, що не всі мають доступ до нього та не всі використовують його, як засіб масової інформації.

Інші ж дослідники стверджують протилежне, що між Інтернетом та ЗМІ таки можна провести паралель. Тому у 2002 році І. Михайлин висловив таку думку, що «Інтернет – сучасний рівень журналістики, як у технічному (оперативність), так і в змістовому (зникнення усіх опосередкованих обставин) аспектах» [8, с. 41]. На його думку, так створюються максимально об'єктивні матеріали.

Науковець Б. Потятиник висловлюється про Інтернет так: «Це нова інформаційна сфера, що поглинула бібліотеку, пошту, різні види видань, радіо, телебачення, телефон, музей і навіть галерею. Це поєднання продукує новітнє комунікаційне середовище» [11, с. 162].

А на думку Д. Мак-Квейла «Інтернет поволі втілює в собі чимало функцій звичних мас-медій, наприклад, рекламу та новини» [7, с. 74]. Виявляється така ж доступність і поширеність, як і в мас-медій.

Підсумувавши, можна сказати, що діяльність інтернет-журналістики реалізовується за вимогами такими ж, як і в традиційних ЗМІ (збирання, перевірка, підготовка та поширення інформації). Головна відмінність – це інтерактивність, оперативність, гнучкість, інфоцентричність, масштабованість та гіпертекстовість і все це для збільшення та зацікавлення аудиторії.

РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку; відмінності пропонованого продукту від вже існуючих продуктів.

Планування займає важливе місце у створенні та реалізації проєкту, оскільки містить те, що раніше не втілювалося, і включає в собі багато етапів та процесів: планування концепції; підготовка технічний і програмних засобів; визначення цільової аудиторії; пильна увага до деталей, зокрема підбір фото- та відеоматеріалів, розробка дизайну, журналістське опрацювання контенту, виконання роботи та, безпосередньо, кінцевий результат.

Зараз складно уявити продуктивну роботу підприємства без наявного власного сайту. Необхідно зауважити, що достатня кількість інформації та легкий доступ до неї приваблює людей, підвищує відвідуваність [1, с. 105].

Перед початком планування певної системи, потрібно зробити пошук її аналогів, визначити їх головні переваги та виокремити значні недоліки, щоб не допустити таких же помилок у власній ідеї. Переваги досліджених систем можна використати у розробці авторського сайту, доповнити, удосконалити функціонал та реалізувати задумане.

Такий аналіз сильно впливає на розробку проєкту. Обумовлено це тим, що саме ринок формує або успіх, або невдачу [3, с. 48]. Також не можна залишити без уваги діяльність потенційних конкурентів.

На первинному етапі аналізу досліджують аналогічні або схожі ресурси, стежать за їхньою поведінку та дають оцінку, визначають слабкі та сильні сторони. На другому – розкривають особливості конкурентів та продумують план дій, який в разі кращий за раніше аналізований. Таки чином ми складаємо уявлення про ознаки, які подобаються користувачам та знаходимо слабкі місця, за рахунок яких, наш інтернет-сайт стає цікавішим та кориснішим [13, с. 53].

Найбільш наближеним і схожим до нашого інтернет-сайту є ресурс «List.in.ua» [12]. Тут зібрані відгуки користувачів на підприємства та заклади у містах України.

На головній сторінці сайту (Рисунок 1) розміщений логотип та фото міста яке ви обрали. Далі визначаєте категорію, яка вам до вподоби двома шляхами: або прописуєте у пошуку або вибираєте із найпопулярніших. Такий функціонал досить простий та не потребує особливих умінь користуватись навігацією.

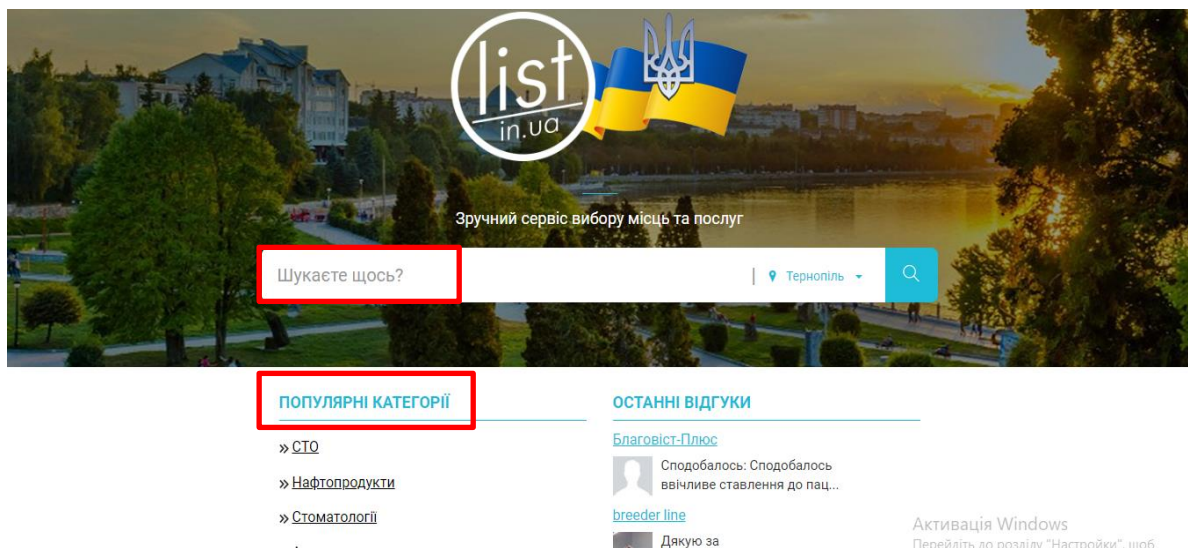


Рисунок 1. Головна сторінка сайту «List.in.ua»

Головний мотив сайту: за допомогою відгуків користувачів визначити середню оцінку конкретного закладу. Дописувачі можуть прикріплювати фото, відео та коментувати. Із переваг сайту: вказане розташування та час відкриття/закриття. У пошуку найперше висвітлюються заклади від найбільшого рівня популярності до меншого. Від розробників сайту додається короткий опис обраної категорії та декілька фото закладу.

Дослідивши детально сайт можемо зробити порівняння (Додаток А) та виокремити значні недоліки:

- не всі сторінки закладів мають опис, фото, відгуки та оцінку;
- ніхто не перевіряє вміст коментарів (можуть повторюватись, містити нецензурну лексику або ж узагалі не стосуватися того чи іншого підприємства);
- невчасне оновлення: заклад існує, а на сайті інформації про нього ще нема;

- трапляються випадки коли присутній лише один відгук, а його оцінка 100%.

Ми визначили для себе найкращий формат, в якому враховані усі недоліки аналізованого вище сайту та додали власні особливості, цікаві факти, історію створення.

Вирішили, для розробки сайту, використовувати більше білого простору, що полегшує сприйняття та не перевантажує аудиторію, адже головне завдання – досягнути мету найкращим способом, що, зазвичай, виходить найпростішим. Гармонійне komponування головних та менше помітних компонентів також враховано в розробці інтернет-сайту.

2.2 Структура сайту

Дослідивши ринок та проаналізувавши дотичні сайти, ми визначили структуру, яку використали у плануванні і створенні проєкту.

Структура сайту буде змінною в процесі розвитку та реалізації. Так, в майбутньому ми зможемо додати нові або замінити уже існуючі елементи на більш цікаві користувачам. Адже для нас має велике значення воля відвідувачів та їхні пропозиції щодо вдосконалення ресурсу.

Макет сайту виконано у конструкторі «Google.sites» [5].

На панелі навігації (Рисунок 2) знаходяться такі клікабельні елементи:

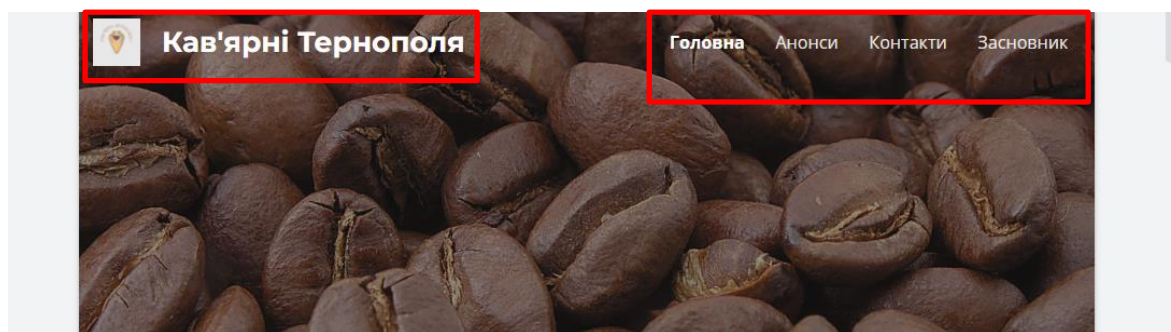


Рисунок 2. Панель навігації сайту «Кав'ярні Тернополя»

- Головна сторінка (Додаток Б). Розташований календар з головними святами країни, де користувач може його синхронізувати зі своїм телефоном чи іншим пристроєм. У верхньому лівому куті знаходиться логотип сайту. Варто зазначити, що їх два: один із назвою ресурсу

(закріплений), інший лише з головним зображенням (з'являється при завантаженні або оновленні сторінки). Також, у цьому структурному елементі, відображаються нові матеріали з активним посиланням та представлені мотивуючі вислови для користувачів. Розміщене авторське відео, яке демонструє створення напою.

- Анонси (Додаток В). Сторінка, де представлені майбутні публікації для більшого зацікавлення користувачів. Для підвищення візуальної привабливості подачі контенту ми створили рухому галерею із зображень, які унаочнюють анонси. Цей компонент дозволяє презентувати зображення по чергово, що автоматично створює анімовані переходи між ними.
- Контакти (Додаток Г). На сторінці розташовані такі данні: номер мобільного телефону для постійного зв'язку із відвідувачами; електронна пошта, для прийняття скарг та пропозицій покращення роботи; точне місце розташування, представлене на карті, яка підлаштовується під гаджет, може масштабуватися та має посилання на «Google карти». Також прописані головні мотиви створення із додаванням зображальних елементів.
- Засновник (Додаток Д). На цій сторінці відбувається знайомство із засновником сайту та автором ідеї. Вказана коротка біографія із основними досягненнями. Підкріплено це галереєю особистих фото, що вказує на прозорість та відкритість. Також створені посилання на соціальні мережі: Instagram та Facebook. Відвідувачі можуть долучитися в друзі, слідкувати за особистим життям та релізом публікацій чи важливих подій. Звісно, що весь цей контент викладається виключно з дозволу власника.

Звичайно, ми б хотіли залишити незмінну структуру та ідемо в ногу з технологіями і розвитком тому такі зміни, на нашу думку, неминучі.

Одним із помітних структурних елементів є логотип. Його створення, це одне з важливих завдань при розробці сайту. Він повинен легко

запам'ятовуватися і бути привабливим, адже це основне обличчя ресурсу, а без відомого лого не викликає довіри [10].

Усім відомо, що вдалий логотип може збільшити аудиторію і вплинути на її сприйняття. З перших секунд знайомства логотип зобов'язаний запам'ятатися, відрізнитися і виділитися серед аналогів та можливих суперників. Розробити лого потрібно добре із самого зародження ідеї. Щоб в процесі функціонування сайту не з'явилося бажання його замінити, що може призвести до втрати впізнаваності.

Принципи планування та створення логотипу:

- передає вдалий образ основного послугу;
- унікальний та креативний;
- привабливий для всіх потенційних клієнтів;
- без лишніх деталей, що могли б відвернути увагу від основного;
- всі елементи вдало виглядають у поєднанні між собою;
- створений образ, що спроможний розповісти про завдання та ідею.

Грамотно пропрацювавши кожен етап створення, ми отримали чудовий логотип (Рисунок 3), що добре впізнаваний та створює приємне враження.



Рисунок 3. Логотип сайту

Створення вдалого логотипу – це запорука успішного початку [14]. Насамперед потрібно чітко розуміти, який кінцевий результат хочемо побачити

на картинці і чи вичерпно розкрили головну мету того для чого було розроблене це лого.

2.3. Жанрова палітра

У журналістиці вирізняють неавторські та авторські матеріали. Першими вважаються такі тексти новин, які мають чіткі правила та вимоги до стилю і структури. Якщо ж доносити інформацію із додаванням власної думки, то цілісної картини не будемо мати, бо будь-яка особиста позиція – обмеження. Завдання журналістів, які пишуть неавторські матеріали, полягає в тому, щоби надати максимальну кількість інформації, висвітлити усі найважливіші аспекти, не допустивши власного коментування [16, с. 38].

Проте для наповнення сайту ми обрали написання авторських журналістських матеріалів, де журналіст має повне право на висвітлення власної думки. Користувач чітко розуміє, що це думка, суб'єктивне судження конкретного журналіста, а не факт. В такому випадку споживач сам визначає, наскільки він довіряє досвіду та знанням автору матеріалів.

Для створення контенту ми обрали таку жанрову палітру подач.

- Коментар (Додаток Е). Журналіст правдиво, ґрунтовно, ретельно й точно структурує виклад фактів, але повністю вільний у коментарях до них. Розбирає складну інформацію публічно, не приховуючи, що висловлює свою думку стосовно явища, події чи факту.
- Есе (Додаток Ж). Невеликий за обсягом матеріал, у якому вільно і не обов'язково ґрунтовно, але особисто трактується певна проблема, подія, явище чи тема. Така подача стала популярною в останні роки. Жанр полягає в прямому і відвертому написанні, лишаючись чесним з аудиторією та перед собою.
- Інтерв'ю (Додаток И). Діалог між одною особою і журналістом, де відповіді, укладаючись в систематичну розповідь, максимально повно розкривають зміст обраної теми. Інтерв'ю приймається

неупереджений жанром, тому слова переважають співрозмовника, а не самого журналіста.

- Легенда (художньо-публіцистична вигадка) (Додаток К). Придумана історія, в якій вимисел автора все ж опирається на реальні факти. Вона слугує розвагою для аудиторії та допомагає поринути у світ фантазій. З її допомогою краще сприймається і запам'ятовується важлива інформація. Такий прийом цікавий не лише дітям, а й творчим особистостям.

Створення простого використання сайту ґрунтується на основній нормі: «чим простіше – тим краще» [9]. Якщо інтерфес, що бачить користувач, простий та зручний то, відповідно, він менше докладе зусиль для знаходження потрібної інформації. Юзер повинен мати можливість підсвідомо пов'язувати свої дії, які потрібно виконати на відвідуваному ресурсі.

Читаючи журналістські матеріали людина легко розуміє зміст та мету написання інформації. Автор, висловлюючи свою думку з певної проблеми, усеодно залишає відкрите закінчення для обдумання висновків самою аудиторією.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення (для друкованих та інтернет-проектів) / Музичний супровід (для теле-, радіо-проектів, інтернет-сайтів).

Вигляд сайту відіграє надзвичайно важливу роль, адже це ознайомлення відвідувача з контентом та головною ідеєю. Відповідно, від того, наскільки хорошу думку створить дизайн інтернет-сайту, залежить, з якими враженнями реципієнт шукатиме потрібну йому інформацію. В завершальному результаті, при вдалій реалізації зовнішнього вигляду, відвідувач ресурсу зможе стати або постійним клієнтом, або лояльним користувачем.

Дизайн сайту повинен складатися з таких основних складників:

- лаконічно доносити діяльність сайту;
- бути естетично-приємним і зручним для користувачів;

- правильно виконаний з технічної сторони для адекватного відображення на екранах різних гаджетів.

При розробці і створенні дизайну врахували усі моменти і:

- зробили наголоси на колірній гамі;
- вдало поєднали графічну і текстову інформацію;
- створили максимально простий і зручний функціонал для користувачів.

Це привертає увагу аудиторії, швидко зацікавлює її, допомагаючи якісно і зручно знайти потрібну інформацію.

Важко не погодитись з тим, що зображення робить контент більш наочним, а сухий текст не провокує зацікавлення у користувача, викликає нудьгу та псує сприйняття інформації.

При створенні контенту ми виконали власну фотозйомку у всіх кав'ярнях, матеріали яких знаходяться на сайті. Опанували всі правила та секрети народження вдалого фото на курсі «Журналістська майстерність» та використали на практиці.

Основні правила композиції:

- потрібно продумати загальну будову фото так, щоб підкреслити найкращі сторони об'єкта;
- для початку потрібно зробити декілька фотографій загального плану закладу, а потім – деталей: оздоблення, посуд, елементи інтер'єру, стіни, вікна, каву;
- працювати потрібно при денному освітленні для яскравіших і природніших фото;
- для кращого сприйняття у кадрі, за можливості, повинно бути непарне число предметів;
- головний об'єкт кадру варто розташувати на перетині ліній сітки;
- вибудовувати композицію кадру потрібно за допомогою діагональних ліній;

- для вертикальних об'єктів слід використовувати вертикальні кадри [4].

Фотографія виконує важливу роль в нашому житті. Ми існуємо в час технологічного розвитку, де без зображення наше життя практично неможливе. Саме завдяки правильному фото користувач сайту може наперед визначити зміст тексту, якого він ще не прочитав, а також поринути у атмосферу написаного.

Для кращого та ширшого зацікавлення темою ми створили відеокліп. Монтаж основних деталей виконали у програми «Funimate». Ролик не займає багато часу (15 секунд) але розкриває основних десять етапів створення кавового напою. Для звуку використали відомий трек американського співака Джастіна Тімберлейка «Cry Me A River» але в сучасній інтерпретації (ремікс). Подібні відео можна створювати і надалі. Це покращує взаємодію з користувачами і вказує на актуальність та оновленість.

2.5. Авторська ідея

Попри велику привабливість Тернополя і з боку туристів, і з боку місцевих жителів, нам довелося відмітити відсутність у веб-просторі сайту, де містилася б інформація про кав'ярні міста. Ідея розробки «Кав'ярні Тернополя» з'явилася, коли зародилась ціль розповісти – за допомогою залучення основних частин журналістської майстерності – про особливості кав'ярень «файного міста». Адже це найбільш відвідувані гостями міста, туристами та й самими корінними тернополянами місця. Таким способом ми розвиваємо промоцію міста, збільшивши популярність місцевих закладів.

Розкрити професійні вміння та навички баристів робити не лише смачну каву, а й бути експертом зі становлення і розвитку напою, – ось що надихає стати знавцем медійного туристично-гастрономічного сьогодення Тернополя. Така обізнаність в кавовій індустрії – хороша можливість для юних кав'ярень заявити про себе та підтвердити свій професіоналізм.

Інтернет-сайт – чудова можливість представити візитерам, що по-справжньому смачна кава доступна не лише в дорогих та пафосних закладах, а й у непримітній кав'ярні, яка недавно почала функціонувати.

Існує ще цікава та нерозкрита сторона колористики, адже помічаємо, що дизайн відіграє суттєво важливу роль – це не лише проста частина інтер'єру, а важливий психологічний елемент [15]. Існує багато креативних та творчих людей, які зацікавилися б новими місцями для власного внутрішнього спокою та душевного задоволення, що знаходяться біля них. До того ж, про їхнє існування вони могли і не здогадуватися.

Під час дослідження головних сторінок кав'ярень ми звернули увагу на нерозкриті теми створення назви закладів. Траплялися випадки, коли навіть власники не могли пояснити зміст назви та її ідею, спираючись на гарне звучання. Впевнені, що відвідувачам було б дуже цікаво почути історію кав'ярні, де вони полюбляють смакувати десертами у дуєті із чашкою кави. Мінімум одна із історій може спонукати відвідати заклад із загадковим сюжетом, що надовго залишиться в пам'яті. Адже кава це не абиякий напій, що приносить енергію, а ціла майстерність, яка поміщається в маленькій чашці.

2.6. Особливості аудиторії

Головне правило для вдалого визначення аудиторії – не включати в діапазон понадміру споживачів. Потрібно змиритися з тим, що в природі не існує продукту, який потрібен чи який подобається цілком усім. Крім того, теперішній ринок стрімко удосконалюється, тому цільова аудиторія сайту має фактори, що з плином часом можуть змінюватися. Хибною буде думка, що аудиторія визначається раз і назавжди [18].

Цільова аудиторія створеного ресурсу пов'язана із зацікавленістю і популярністю кавової справи у Тернополі. Тому відвідувачі і сайту і кав'ярень будуть приблизно однакового рівня, проте у інтернеті буде набагато більше охоплення. Адже не кожна людина вбачає свій відпочинок чи проведення вільного часу у випитій чайці кави, бо для когось достатньо прогулятися. А

цікаву інформацію на сайті може прочитати будь-хто, від дитини до людей пенсійного віку.

Бажання вперше завітати у кав'ярню можуть викликати поради та вподобання друзів чи знайомих. Тому важливим аспектом є довіра користувачів, і втримати її надзвичайно важко, бо на ринку щоразу з'являються конкуренти, які мають на меті бути кращими за попередників.

Створений інтернет-сайт має коло широкої читацької аудиторії, яке не має ніяких вікових чи будь-яких інших обмежень, адже добірка усіх матеріалів старанно продумана і опублікована для покращення іміджу закладів та збільшення туристичного охоплення міста.

РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

При розробці будь-якого проєкту необхідно передбачити і обдумати усі свої процеси наперед. Сформувати детальний план дій, що максимально широко охоплює усю сферу діяльності. Врахувати необхідність технічних та програмних засобів для підкріплення планів в дії.

Для якісного використання інтернет-сайту та доступу до даних, користувач повинен, в першу чергу, мати підключення та вільний безперервний доступ до мережі інтернет.

Із технічних засобів, для створення проєкту, необхідно:

1. Якісний фотоапарат (Додатак Л). У нашому випадку ми використали «Canon 600D» – це дзеркальна цифрова камера з великими можливостями. Знімати відео та фотографувати можна як і в ручному, так і в кількох стандартних режимах, включаючи програмне налаштування кольорів. У камері є вбудований «Помічник», який підійде і початківцям, і професіоналам. Роздільна здатність матриці 18,7 Мп. Підтримується режим «Live View».

Переваги обраної фотокамери:

- вбудований автоматичний режим та «Основний+» з креативними налаштуваннями під час зйомки. Фотографії, в режимі перегляду, можна швидко відредагувати;
- присутній ручний та автоматичний спалах;
- у налаштуваннях є «Сітка», що надзвичайно потрібна при фотозйомці для правильного розташування предмета в кадрі
- створений автоматичний рейтинг фотографій. Система сама визначає найкраще фото по параметрах якості від 1 до 5 зірок;
- можна власноруч задавати параметри фокусу, що дозволяє створити правильну композицію.

2. Потужний ноутбук. У нас «ASUS X553» (Додаток М), що прекрасно підходить і для створення нашого проєкту, і для роботи з іншими офісними програмами. У його систему входить процесор «Intel» та надшвидкісний

інтерфейс, що гарантує зручну роботу у будь-яких програмах. А завдяки ергономічній клавіатурі, що створена для комфортної роботи, матеріали швидко і легко друкувалися та ставали частиною проєкту.

Із програмного забезпечення ми використали такі технології.

1. Технологію «ASUS Splendid» (Додаток Н). Вона автоматично налаштовує кольори для кращого сприйняття, збільшує якість зображення. Завдяки програмі кольори робляться глибшими, отримують більше контрасту та стають яскравішими. Обравши потрібний режим налаштування зображення, користувач може злегкістю обробити картинку під свої уподобання.

2. Конструктор «Google.sites» (Додаток П) – безкоштовний сервіс надавання хмарного простору та інших засобів для розміщення будь-якої інформації на сервері, що завжди має підключення до мережі. Цей хостинг робить доступною інформацію для людей, які нею зацікавлені. Користувачі сервісу можуть додавати файли і з ноутбуку, і з інтернету, і з Діску, що підключений до облікового запису, а також надавати доступ іншим користувачам для спільної роботи над проєктом, контролювати хід роботи та доступ до матеріалів.

3. Відеоредактор «Funimate» (Додаток Р). Зручна і проста у використанні програма, що створена для якісної обробки відео. Має можливість створювати креативні музичні ролики, завантаживши музику або з власного носія, або з інтернету. З допомогою функціоналу додатку можна знімати хороші музичні кліпи з цікавими ефектами в реальному часі. Програмою, через доступні і очевидні елементи, можуть користуватися і початківці і професіонали. Ще один аспект, що привернув увагу – водяні знаки. З їх допомогою наші роботи захищені і ніхто інший не зможе використати відео, привласнивши їх.

Чітке визначення усіх технічних засобів і програм для втілення проєкту дозволить швидко і якісно реалізувати задум та допоможе структурувати роботу.

ВИСНОВКИ

Роль сучасного журналіста у розвитку інтернет-журналістики є надзвичайно великою. В інтернет-просторі зараз відбувається переломний момент, коли про традиційні ЗМІ починають говорити менше, адже популярності набирають або електронні версії медіа, або окремі інтернет-сайти. Із збільшенням кількості інтернет-ресурсів стали більш серйозними вимоги до написання матеріалів, стає все важче зацікавити аудиторію.

Інтернет відкриває нову ланку у розвитку ЗМІ. Ми отримуємо велике поле для реалізації професійних вмінь початківців та закріплення авторитету вже відомих медійників. Їхні вміння професійно користуватися функціоналом сучасних технологій дозволяє створити якісний продукт, на який чекає аудиторія.

Після ґрунтовного аналізу ринку визначили основні помилки, схожих за змістом та ідеєю але різних за реалізацією, сайтів. На основі дослідження обрали позитивні якості попередників та змогли структурувати принципи створення вдалого інтернет-ресурсу, який відповідає вимогам сучасності. Все це підкріпили власними уподобаннями, ідеями та актуальними техніками дизайну і письма.

Розробили логотип за усіма правилами та принципами асоціації, для розкриття ідеї сайту. Врахували основні компоненти: присутня назва (для запам'ятовування), опис діяльності (для випадкових відвідувачів, щоб одразу розуміли на який ресурс вони потрапили і, що їх очікує) та головне зображення (щоб інтуїтивно нагадувало наперед і створювало уявлення про мотиви ресурсу).

Визначили, що для більшого зацікавлення відвідувачів сайту необхідно додати мультимедійність. Так за допомогою журналістської майстерності взаємодія і охоплення збільшиться, що вдало відіб'ється на популяризації кав'ярень міста.

Медіа намагаються підлаштовуватися під сучасну аудиторію, але часто це негативно впливає на якість контенту. Публікації зменшують свій розмір і

навіть переходять у візуальну подачу за допомогою аудіо- або відеоматеріалів. Ми ж зуміли створити контент, який містить усі елементи сучасної подачі, щоб догодити користувачу.

Для наповнення сайту обрали максимально прості та чуттєві жанри, щоб найкраще достукатись до уваги аудиторії та здобути їхню прихильність. Знаємо, що це нелегка справа але триматимемося поставленого плану. Користувачів слід завжди дивувати та зацікавлювати. Адже нічого не стоїть на місці. Потрібно розвивати не лише свої можливості, а й допомагати розкривати потенціал інших та удосконалювати те, що вже існує.

За усіма правилами та рекомендаціями, які здобули на навчанні у Галицькому коледжі, виконали зйомку кав'ярень, змонтували відеокліп, написали журналістські матеріали, реалізували проєкт. Ми обрали широку цільову аудиторію інтернет-сайту без вікових обмежень та врахували те, що з часом вона зміниться. Оскільки існує два типи аудиторії: постійна та випадкова, будемо більше підлаштовуватися під стабільних користувачів, відповідати їхнім очікуванням та потребам щоб не втрачати авторитет й надалі доносити цікаву та корисну інформацію людям, які її потребують. Прорахували усі технічні засоби та обрали якісне програмне забезпечення, яке необхідне для повноцінної реалізації інтернет-сайту «Кав'ярні Тернополя».

Усі теоретичні і практичні навички, використані у роботі, стануть хорошим підґрунтям що дозволять наблизити вирішення багатьох проблем науки про журналістику та розібратися у роботі журналіста під-час створення подібного ресурсу. Вважаємо, що на даний час інтернет-сайт є готовим того, аби стати оприлюдненим в мережі, але сама його концепція підлягає подальшій розробці та постійному удосконаленню.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боровська Т. Моделювання задач управління інвестиціями. Вінниця : національний технічний університет, 2009. 179 с.
2. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація? Актуальні питання масової комунікації. Київ : Національний університет ім. Тараса Шевченка, 2013. С. 65–69.
3. Дубовий В. Екологічна культура: навчальний посібник. Херсон: Грінь, 2016. 256 с.
4. Композиція кадру. URL: <https://uk.theanswerexperts.com/3921611-frame-composition-basic-elements-rules-of-construction-borders-subject-composition-frame-and-advice-of-experienced-photographers> (дата звернення 21.03.22).
5. Конструктор «Google.sites». URL: <https://sites.google.com/new?hl=uk&pli=1> (дата звернення 09.11.21).
6. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
7. Мак-Квейд Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 281 с.
8. Михайлин І. Основи журналістики. Київ : ЦУЛ, 2002. 162 с.
9. Основні принципи юзабіліті: від особливостей дизайну до контенту, від інтерфейсу форми замовлення до пошуку. URL: <https://www.ashmanov.com/education/articles/yuzabiliti/> (дата звернення 12.02.22).
10. Поради як створити логотип для вашого сайту. URL: <http://programer.org.ua/poradi-yak-stvoriti-logotip-dlya-vashogo-sajtu/> (дата звернення 27.03.22).
11. Потятиник В. Інтернет-журналістика. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
12. Сайт «List.in.ua». URL: <https://list.in.ua/%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C> (дата звернення 24.01.22).

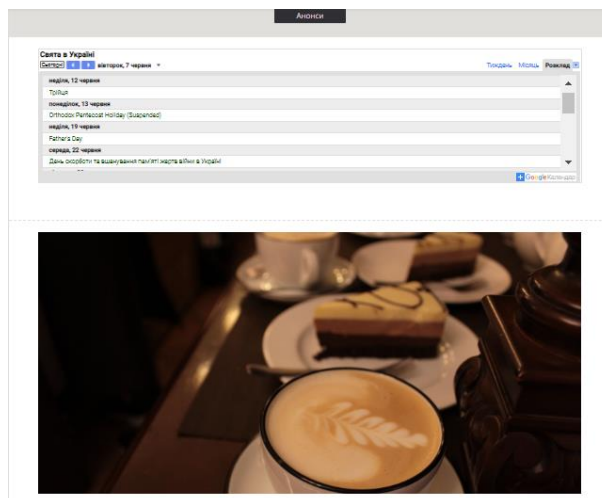
13. Смородинський С. Методи аналізу і прийняття управлінських рішень. Київ : Наукова думка, 2000. 101 с.
14. Створення логотипу. URL: https://marketing-mmz.bitrix24.site/Rozrobka_dyzyaynu%20_saytu/ (дата звернення 23.04.22).
15. Стили дизайну інтер'єру. URL: <https://mauris-design.in.ua/styli-interyeru/> (дата звернення 25.03.22).
16. Шебеліст С. Типологія журналістських жанрів: сучасні теоретичні дискусії. Полтава : Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка, 2010. 164 с.
17. Штромаєр Г. Політика і мас-медіа. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 158 с.
18. Як визначити цільову аудиторію. URL: <https://bazilik.media/nasha-tsilova-iak-vyznachaiut-svoiu-tsa-ukrainski-media/> (дата звернення 18.03.22).

ДОДАТКИ

Порівняння сайтів

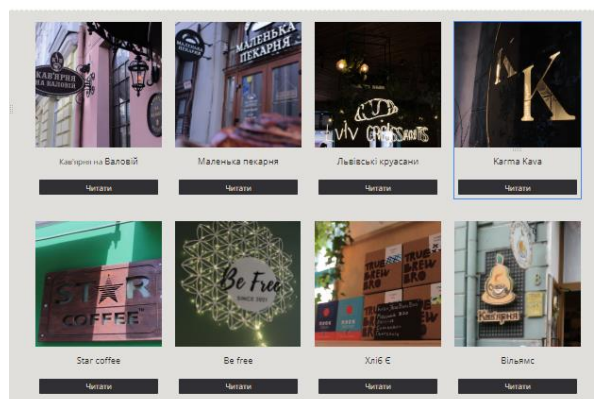
	List.in.ua	Кав'ярні Тернополя
Навігація	+	+
Відгуки аудиторії	+	—
Відеоматеріали	-	+
Власні фотоматеріали	+	+
Слідкування за коментарями	-	+
Відкритий зв'язок із засновником	-	+
Велика кількість закладів та міст	+	-

Головна сторінка сайту



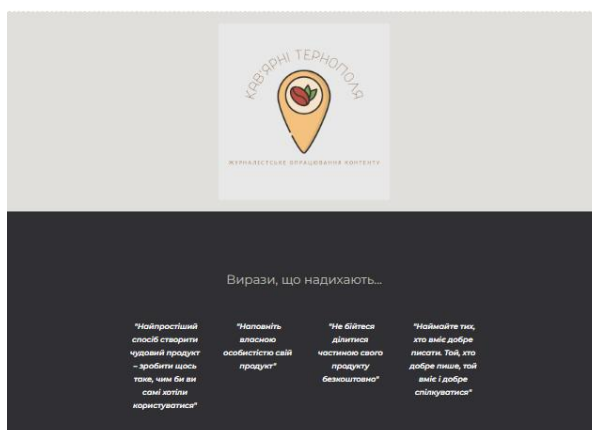
Пропонуємо вашій увазі добірку кав'ярень у місті Тернопіль.

Ми глибоко віримо, що ви відкриєте для себе щось нове та цікаве!

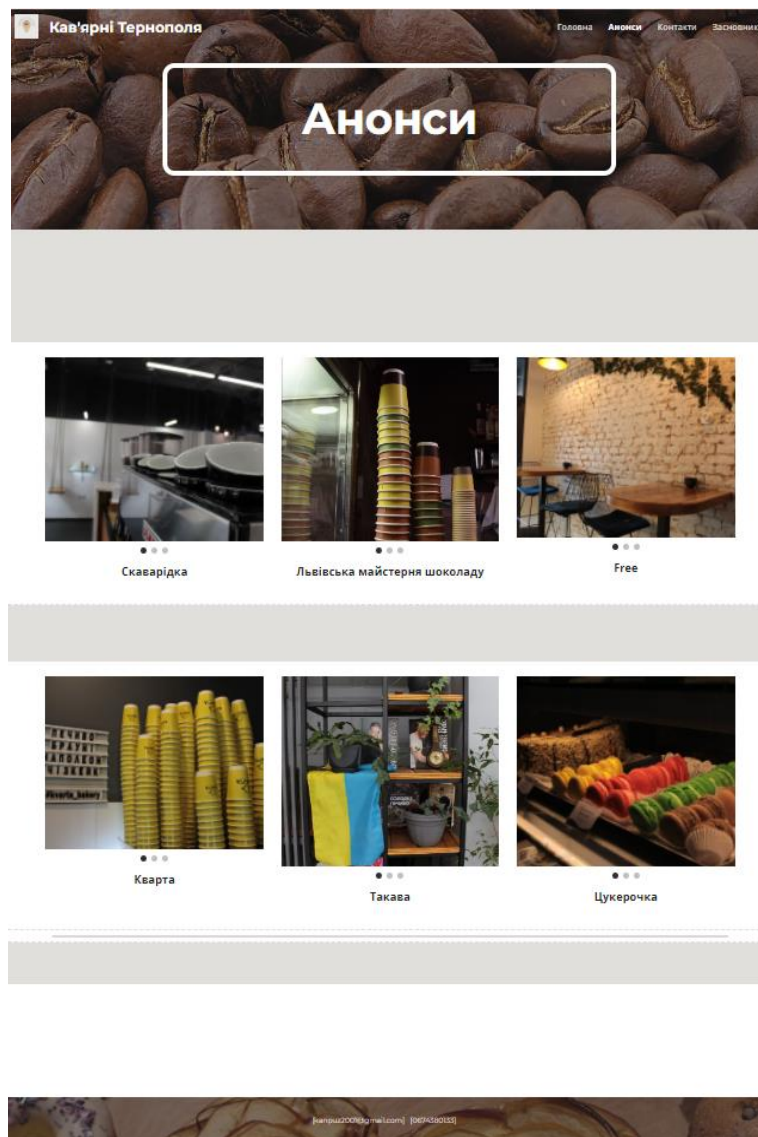


З любов'ю!

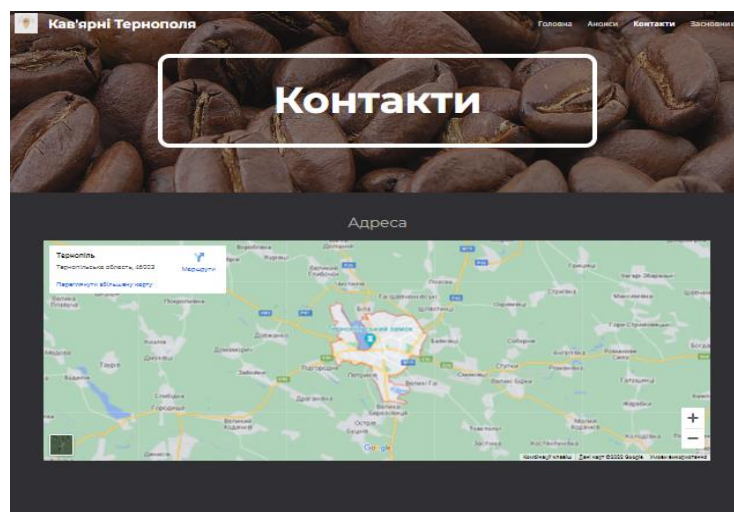
Від нашої команди



Сторінка «Анонси»



Сторінка «Контакти»



Зв'язатися з нами:

[kanpuz2001@gmail]

[+380674380133]

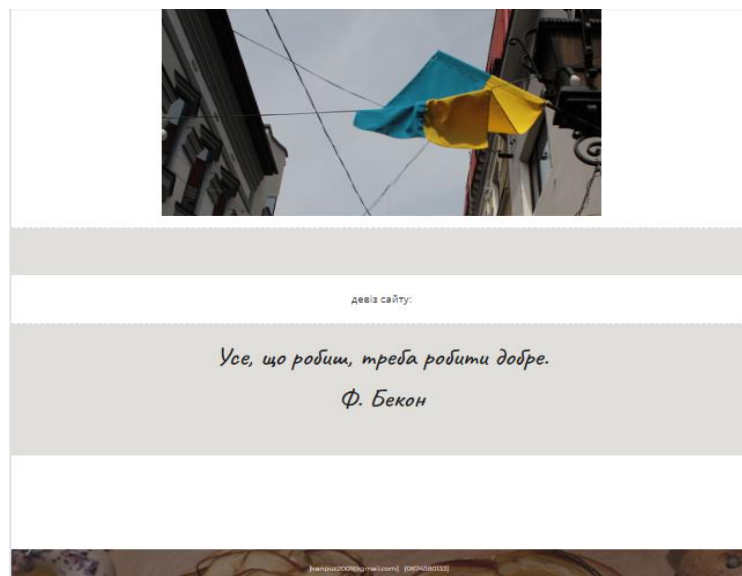
[м. Тернопіль]

Instagram @sob4u4ka

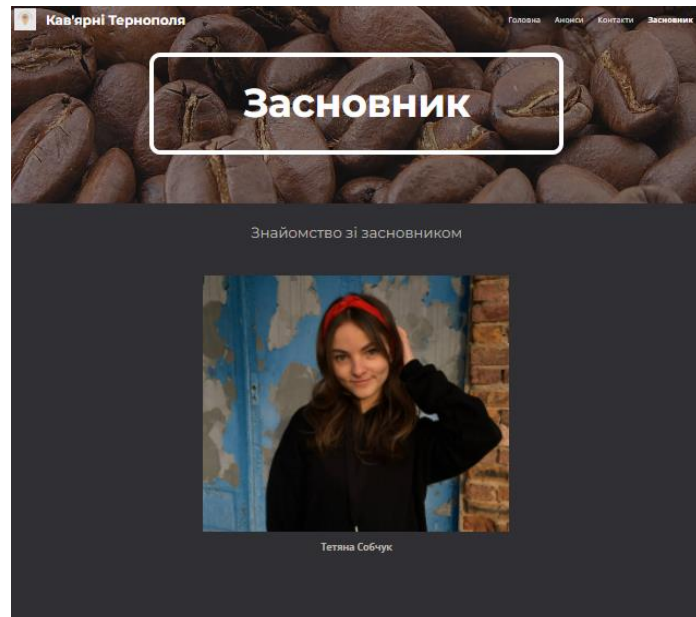
Facebook @Тетяна Собчук



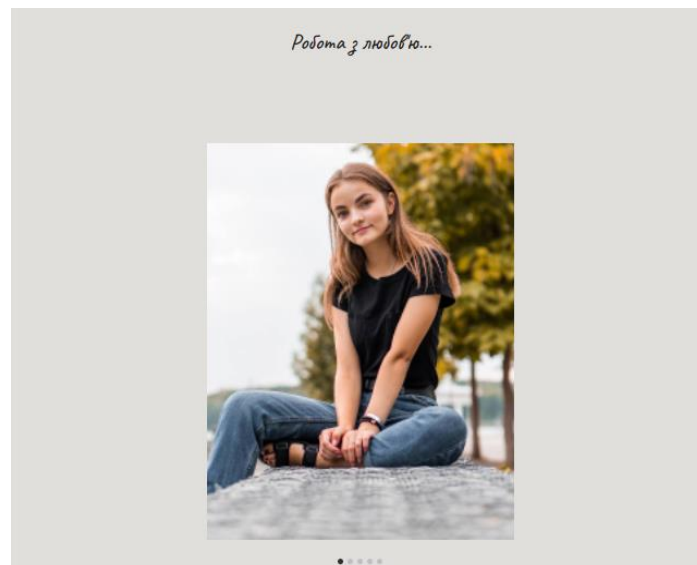
Ми ретельно підбираємо заклади для нашого дослідження. Цінуємо думку кожного. Враховуємо усі нюанси у роботі і доносимо цікаву та корисну інформацію.



Сторінка «Засновник»



Студентка Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола (спеціальність "Видавнича справа та медіакомунікації"), бакалавр. Паралельно навчається у технікумі Польщі (спеціальність "Технік безпеки". Учасниця проекту "Таємний ревізор" від Google. Керівник гуртка "Умілі ручки".



Приклад оформлення коментаря

Колористика

М'які текстури та палітра кольорів, плавні лінії, вишукані та легкі конструкції меблів, натуральні матеріали в декорі та оздобленні, заставляють уповільнити ритм життя та прислухатись до власних почуттів.

У закладі вириє романтизм, комфортабельний стиль в інтер'єрі, який надзвичайно привабливий завдяки використанню: м'яких матеріалів, квіткових мотивів, мережив, пастельної палітри, росіяного природного освітлення, що проникає в приміщення через вікна, ароматних квіткових композицій.

У каз'ярні переважає рожевий колір, що асоціюється не тільки з романтикою, але ще і з жіночністю, чутливістю, затишком і теплом. Він також надає заспокійливу дію, допомагаючи позбутися від негативу.

Відмінним доповненням рожевого є бежеві відтінки. Це нейтральне поєднання, яке напевно чи хтось назавжди назвати несправжнім. З таким поєднанням власники створили по-справжньому стильне рішення.

А розбавляє цю ніжну палітру – зелений колір, який створює атмосферу квітучого саду. Така комбінація приносить в інтер'єр весняну свіжість.

У поєднанні всіх кольорів створилося чудове місце для романтичних зізнань в коханні, діалогу подруг друзів чи для звичайного комфортного відпочинку від міського шуму.

Приклад оформлення есе

Загальне враження



«Be Free» — затишна кав'ярня з корисними десертами без цукру, крафтовими продуктами та авторськими напоями.

Задум кав'ярні особливий, оскільки, власники поставили собі за головну ціль декласти максимум зусиль щоб відвідувачі поринули в розслаблену та приємну атмосферу, яка панує у закладі. У приміщенні дійсно затишно, а бариста – приємна і щира дівчинка, працює, як бджілка.

Ні для кого уже не секрет, що і солодощі можуть бути корисними та смачними без різних шкідливих добавок. А у цій кав'ярні великий вибір такої смакоти. Для їхнього приготування використовують лише натуральні продукти. Авторські солодощі та десерти створені таким чином, щоб люди які не вживають цукор, глютен та продукти тваринного походження могли знайти щось для себе.

Я вважаю, що такий «здоровий» задум затребуваний у Тернополі, бо багато інших закладів оминають потреби людей, які не можуть повноцінно вживати цукор і ця кав'ярня може стати їхнім «спасінням».



Приклад оформлення інтерв'ю

Розмова про каву

Кислотність — це добре

— Які існують ступені обсмажування?

— Відомо багато різних стилів і ступенів обсмажування. Великі підприємства можуть обробляти зерна у значник обсягів менш ніж за п'ять хвилин. Іншим знадобиться більше часу, адже вони вважають за потрібне уважніше контролювати тепло й потік повітря, щоби забезпечити утворення властивого аромату. Здебільшого виділяють три ступені обсмажування: світлий, середній і темний.

— Розкажіть детальніше про ці три ступені.

— Кава, отримана в результаті світлого обсмажування, характеризується вищою кислотністю і, відповідно, кислим смаком, який пом'якшують приємні солодкі нотки. Кава середнього ступеня обсмажування матиме дещо смажений аромат, можливо, зі злегка гірким присмаком. А темна кава — аромат, який майже винятково характерний для процесу обсмажування, з дуже незначними нотками самої кави. Зерна темного ступеня обсмажування добре використовувати для приготування кави з вершками й цукром. Зрештою, у всьому, що стосується кави, варто надавати перевагу тільки власному смаку.

— Чи важлива кислотність у каві?

— Звісно! Кислотність — невід'ємна частина йкі та напоїв, які всі ми любимо. Купштуючи яблуко чи лимон ми відчуваємо баланс смаку завдяки достатній кількості саме кислот, ці та інші можна також знайти й в каві. Саме вони відповідають за утворення різних ноток аромату, вказаних на пакувальній тарі (чорниця, медра апельсина чи цукерки...).

— У якій каві найменше кислотності?

— Люди обожають каву колд-брю (кава приготовлена холодним методом заварювання) за її низьку кислотність. При низьких температурах кислоти, які надають каві унікальних смакових характеристик, слабше відчужаються. Інші вважають, що саме кислотність визначає каву і відповідає за її особливості. Необроблені та легкообсмажені зерна можуть бути кислими. Проте відчувати кислотність без солодкості — це наче з'їсти лимон. Втім, якщо знайти






Приклад оформлення легенди

Натхнення



Жила маленька дівчинка Аліса, яку мама з татом ніколи нікуди не пускали, з постійно заставляли вчитися. Коли б вона не попросилася, чи то погратися у дворі, чи то погуляти з друзями, у них на всі її прохання, була одна відповідь: "Ні! Потрібно вчитися, щоб бути розумною, якщо в тебе є час на погратися, то краще піди якусь книжку почитай!" А дівчинка дуже сильно полюбляла готувати різну каву. У неї навіть мрія була, що коли вона виросте, то відкриє своє кафе. Але то лише мрія... Батьки ніколи не дозволять. Так і просиділа вона дома до кінця школи.

Прийшов час поступати у ВНЗ, мама з татом вже давно все вирішили за неї. Роки йшли, дівчинка навчалася, так як хотіли батьки. Але паралельно, вона приховано вирішила, що все ж таки хоче, щоб її мрія стала реальністю. І от коли Аліса вже закінчувала навчання, звичайно, що із золотою медаллю, вона вже відкрила своє кав'ярню, так як і хотіла в дитинстві. І назвала її "Be free", що в перекладі означає: "Бути вільним".

Через деякий час і батьки змірилися із вибором дівчини, все ж таки це їх дитина. І з того часу, вони завжди підтримували вибір Аліси і ніколи не критикували її.



Фотоапарат Canon 600D



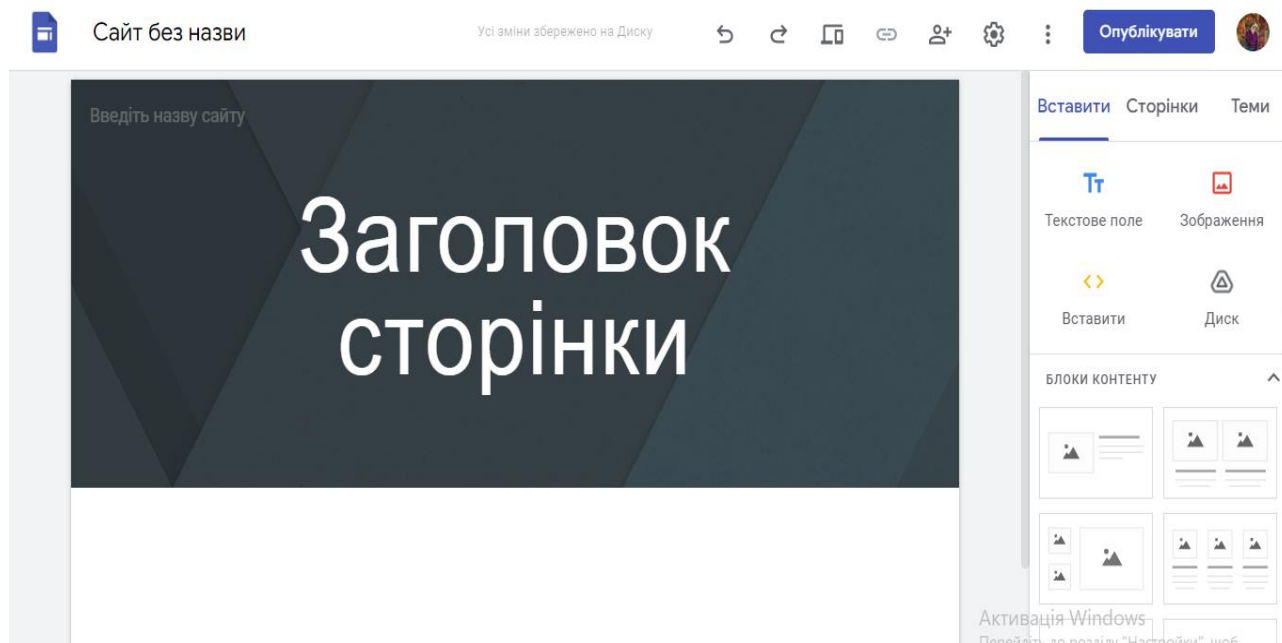
Ноутбук Asus X553



Технологію «ASUS Splendid»



Конструктор «Google.sites»



Відеоредактор «Funimate»

