

фффектов. Иначе говоря, при правильном взаимодействии звука и визуального языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/звуковой_дизайн
2. <https://level-design.ru/pro-ld-book-index/04-visual-language/>

УДК 004.738.5:004.92

Студ. О. М. Карпач
Науч. рук. асс. Т. П. Брусенцова
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

СПЕЦИФИКА И ДИЗАЙН ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИЙ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Интернетвобрал в себя все важные свойства информационных систем. Отличительной чертой Интернета является интерактивность, т.е. возможность немедленно отреагировать на обращение [1].

Таким образом, Интернет представляет собой уникальную коммуникационную систему, которая может использоваться не только для какой-то одной цели. Ее привлекательность как раз и состоит в многообразии возможностей и в том новом, что он несет для различных видов деятельности.

Основными особенностями при создании сайта газеты (рисунок 1) являются:

- краткий и запоминающийся http-адрес;
- привлекательный дизайн, не перегруженный картинками и не замедляющий загрузку страниц и восприятие информации;
- свежий номер должен располагаться все время по одному и тому же адресу, а затем переноситься в архив;
- интернет-версия газеты должна появляться на сайте сразу после верстки, т.е. раньше, чем печатная версия/

Продвижение сайтов – комплекс мероприятий, направленных на изменение внешних факторов, влияющих на результат выдачи по данному поисковому запросу или опосредованно связанных с поисковой выдачей.

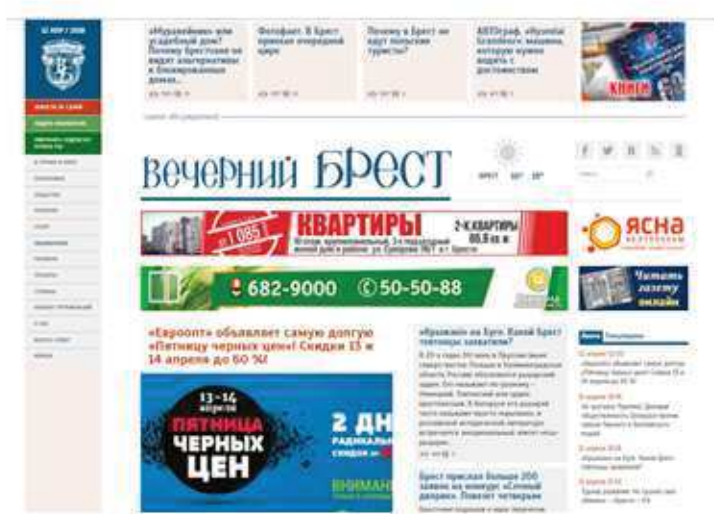


Рисунок 1 – Интернет страница сайта газеты

Раскрутка сайта осуществляется посредством действий, которые отображены на схеме (рисунок 2). При продвижении сайта выполняется работа с внешним ссылочным ранжированием (получение тематических ссылок с других веб-ресурсов, отвечающих выбранной стратегии продвижения сайта, на нужные страницы ресурса Клиента). В результате через некоторое время, после индексации поисковой машиной страниц с такими ссылками, сайт постепенно начинает занимать в поисковой выдаче лидирующие позиции. Механизм прямого продвижения сайтов теоретически прост, но достаточно трудоемок, хотя и обеспечивает надежное и устойчивое продвижение сайтов по заданному запросу [2].



Рисунок 2 – Схема раскрутки сайта

Чтобы привлечь больше посетителей, надо увеличить посещаемость сайта. Поскольку основная масса посетителей ищет информацию через поисковые системы, то успех привлечения посетителей во многом зависит от того, насколько страницы сайта успешно оптимизированы для попадания на первые строчки поисковых систем по наиболее востребованным ключевым словам - нужно попасть на первую страницу результатов поиска – и проблема с посетителями решена. На этом утверждении многочисленные веб-студии, занимающиеся оптимизацией сайтов под поисковые системы, зарабатывают деньги. Понятие «раскрутка сайта» предполагает:

- размещение графических баннеров на сайтах, ведение тематических, размещение пресс-релизов, рекламирование ресурса вне Интернета;
- развитие разделов – статьи и классификаторы, глоссарий, новостной раздел, каталог сайтов, доска объявлений, форум;
- создание и индексация страниц магазина (товарного раздела, раздела бренда, страниц товара, страниц заказа и других вспомогательных страниц);
- разделение контента по доменам и субдоменам.

Как правило, периодичность (рисунок 3) печатных СМИ и их интернет-версий не совпадает. Если газета выходит ежедневно, то сайт обновляется в режиме реального времени или несколько раз за день. Обновления касаются в основном новостной ленты, которую собирают либо RSS-потоками, либо «вручную» редактор.

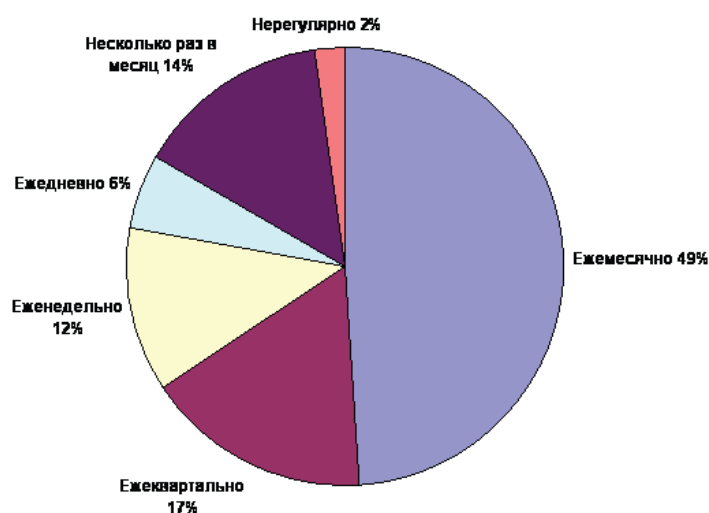


Рисунок 3 – Периодичность публикаций в СМИ

Как правило, еще 10 лет назад, тираж издания превышал число пользователей. Сейчас же наметилась обратная тенденция: количество

зарегистрированных пользователей превышает количество людей купивших печатное издание.

Но, по сути, веб-версия пока не отличается от печатного варианта (рисунок 4), а является лишь цифровым отражением. Электронная версия бумажного варианта должна раскрывать пользователям больше возможностей и функций, заключать в себе больше интерактивных материалов, что способствовало бы привлечению внимания к информации. При наблюдаемом стремительном снижении тиражей печатных СМИ одна из самых очевидных возможностей выживания «старых» СМИ – соответствие неизбежным процессам конвергенции.



Рисунок 4 – Печатный вариант издания

Так, по последним исследованиям, «практически никогда» не читает ежедневные газеты половина минчан (50%). При этом регулярных читателей новостных сайтов в столице вдвое больше, чем читателей газет. Регулярная аудитория общественно-политических журналов намного меньше – около 2% минчан, еще 76% «практически никогда» журналы не читают. [1]. Электронная версия бумажного варианта раскрывает пользователям больше возможностей и функций, заключает в себе больше интерактивных материалов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://design.wikireading.ru/2184>. – Дата доступа: 11.04.2018.
2. Методы раскрутки сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/K1O54EtAzXI.html>. – Дата доступа: 11.04.2018.