

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

направление подготовки 42.03.02 «Журналистика»

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «**Проект информационного сайта о саунд-дизайне  
(творческая работа)**»

|              |                                    |
|--------------|------------------------------------|
| Студент      | Сергеев А.В.                       |
| Руководитель | Куприянова А.В., канд. филол. наук |

## Допустить к защите

Заведующий кафедрой «Журналистика»  
канд. филол. наук, доцент, Н.И. Тараканова

«      » 2017 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой «Журналистика»

\_\_\_\_\_ Н.И. Тараканова

«02» декабря 2016 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**на выполнение бакалаврской работы**

Студент: Сергеев Андрей Вадимович

1. Тема «Проект информационного сайта о саунд-дизайне (творческая работа)».
2. Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы - 02.06.2017 г.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе.

В основу исследования легли труды: А.А. Деникина, В.С. Маньковского, И.И. Клюкина, А.А. Калмыкова, Л.А. Кохановой, Г.В. Чевозеровой, И.М. и М.И. Дзялошинских.

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов, разделов):

- теоретические представления о саунд-дизайне как явлении в современной медиаиндустрии в России;
- анализ интернет-ресурсов, посвященных саунд-дизайну;
- разработка проекта информационного сайта о саунд-дизайне «DarumaBlog».

5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала: скриншоты фрагментов сайта «DarumaBlog», разрабатываемого в рамках проекта.

6. Консультанты по разделам: Дмитрий Новожилов, Михаил Соловьев

7. Дата выдачи задания «02» декабря 2016 г.

Заказчик

\_\_\_\_\_ Д.В. Новожилов

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_ А.В. Куприянова

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_ А.В. Сергеев

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой «Журналистика»  
\_\_\_\_\_ Н.И. Тараканова

«02» декабря 2016 г.

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

**выполнения выпускной квалификационной работы**

Студента А.В. Сергеева по теме: «Проект информационного сайта о саунд-дизайне  
(творческая работа)»

| Наименование<br>раздела работы                                  | Плановый срок<br>выполнения<br>раздела | Фактический<br>срок выполнения<br>раздела | Отметка о<br>выполнении | Подпись<br>руководителя |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Утверждение<br>темы                                             | 28.11.2016 г.                          | 28.11.2016 г.                             | Выполнено               |                         |
| Сбор материала<br>по теоретической<br>части                     | 06.02.2017 г.                          | 06.02.2017 г.                             | Выполнено               |                         |
| Написание I<br>главы                                            | 10.03.2017 г.                          | 31.03.2017 г.                             | Выполнено               |                         |
| Обсуждение I<br>главы на кафедре                                | 13.03.2017 г.                          | 13.03.2017 г.                             | Выполнено               |                         |
| Практическое<br>исследование,<br>анализ, описание               | 15.04.2017 г.                          | 15.04.2017 г.                             | Выполнено               |                         |
| Написание II<br>главы,<br>представление<br>работы на<br>кафедре | 02.05.2017 г.                          | 02.05.2017 г.                             | Выполнено               |                         |
| Предзащита<br>работы                                            | 02.05.2017 г.                          | 02.05.2017 г.                             | Выполнено               |                         |

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_ А.В. Куприянова

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_ А.В. Сергеев

## АННОТАЦИЯ

Данная выпускная квалификационная работа посвящена созданию информационного сайта о саунд-дизайне под названием «Daruma Blog» для творческой студии звукозаписи «Daruma Audio». Актуальность данной работы обусловлена желанием заказчика запустить русскоязычный сайт, посвящённый саунд-дизайну, а также развитием данной сферы в России при нехватке русскоязычных ресурсов на эту тему.

В главе «Тематика саунд-дизайна на современных интернет-ресурсах» дается определение саунд-дизайна и разбираются области его применения. Так же рассказывается про методы анализа сайтов и производится выборка тридцати одного сайта из сети Интернет, на страницах которых затронута тема саунд-дизайна. После чего проводится сравнительный анализ данных ресурсов, на основе которого делаются выводы о распространенности темы саунд-дизайна в российском сегменте сети Интернет, и тенденциях развития данной тематики на русскоязычных сайтах.

В главе «Проект тематического сайта для творческой студии звукозаписи «Daruma Audio»» описывается концепция информационного сайта о саунд-дизайне под названием «Daruma Blog», а также разрабатывается смета для его запуска.

Бакалаврская работа и достигнутый результат могут быть использованы как для изучения сферы саунд-дизайна, так и для создания своего собственного интернет-проекта на данную тему. Кроме того, данная работа является примером создания сайта, отвечающего всем современным стандартам качества.

## Оглавление

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВВЕДЕНИЕ .....                                                                                 | 6  |
| ГЛАВА 1 ТЕМАТИКА САУНД-ДИЗАЙНА НА СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ .                              | 9  |
| 1.1 Понятие саунд-дизайна и области его применения.....                                        | 9  |
| 1.2 Сайты звуковой тематики в структуре российских интернет-ресурсов .....                     | 17 |
| ГЛАВА 2 ПРОЕКТ ИНФОРМАЦИОННОГО САЙТА ДЛЯ ТВОРЧЕСКОЙ СТУДИИ<br>ЗВУКОЗАПИСИ «DARUMA AUDIO» ..... | 24 |
| 2.1 Концепция информационного сайтао саунд-дизайне .....                                       | 24 |
| 2.2 Смета информационного сайта, посвященного саунд-дизайну «Daruma Blog» .....                | 39 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....                                                                               | 44 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....                                                         | 47 |

## ВВЕДЕНИЕ

В российском образовании наравне с профессией звукорежиссера в последнее время набирает популярность специальность саунд-дизайнера, особенно в области кинопроизводства. Если не углубляться в определение, то можно сказать, что саунд-дизайн – это процесс создания звуков, необходимый для производства фильмов, рекламных видео, игр, театральных постановок, а также теле- и радио передач. Саунд-дизайнер должен уметь слышать окружающее его пространство, начиная с городского шума и заканчивая звуковыми помехами. Профессия уникальна тем, что настоящий дизайнер звука должен быть не только творческим человеком с хорошим музыкальным слухом, но и компетентным техническим специалистом, так как большую часть времени работает со звуковым оборудованием. В саунд-дизайне одинаково важны, как внутренний компас в мире звучания, так и знание теории психоакустики с амплитудно-частотной характеристикой. Саунд-дизайн предполагает создание цельного проекта из множества звуков, что в свою очередь достигается только при наличии достаточного опыта в данной сфере. Саунд-дизайнер может проявить себя не только в кинематографе или играх, но и стать незаменимым специалистом в создании музыки, сайтов компаний и постановок в театре.

Несмотря на все вышеописанные перспективы, оригинальный контент о саунд-дизайне в России производят только несколько интернет-ресурсов, при этом никто не углубляется в тему дальше начального уровня. Небольшая часть материалов посвящена данной теме на сайтах «Look At Me» и «CINEMOTION», чуть больше на «tvkinoradio» и «prosound.ixbt.com», большая часть находится в коллективном блоге о звуке «ИГРОЗВУК». Поэтому, создание специализированного сайта о саунд-дизайне на сегодняшний день *актуально*.

*Объектом* бакалаврской работы являются сайты русскоязычного сегмента

сети Интернет, публикующие на своих страницах материалы, посвящённые саунд-дизайну.

*Предметом* – является проект информационного сайта о саунд-дизайне под названием «DarumaBlog».

*Цель* бакалаврской работы: на основе систематизации теоретических знаний о современных интернет-СМИ и обзоре русскоязычных интернет-ресурсов, публикующих на своих страницах материалы, посвящённые саунд-дизайну, разработать проект информационного сайта о саунд-дизайне «Daruma Blog».

Для достижения этой цели необходимо решение следующих *задач*:

1. Охарактеризовать понятие «саунд-дизайн», а также изучить области его применения.
2. Определить место сайтов звуковой тематики в структуре российских интернет-ресурсов.
3. Прописать концепцию и смету информационного сайта о саунд-дизайне «DarumaBlog».
4. На основе изученного материала, концепции и сметы интернет-ресурса разработать проект информационного сайта о саунд-дизайне «Daruma Blog».

*Теоретико-методологическую базу* бакалаврской работы составили исследования А.А. Деникина «Звуковой дизайн в видеоиграх», В.С. Маньковского «Основы звукооператорской работы», а также труд «Удивительный мир звука» российского родоначальника отечественной гидроакустики, доктора технических наук, профессора И.И. Клюкина. Исследования в области интернет-журналистики А.А. Калмыкова и Л.А. Кохановой «Интернет-журналистика», учебно-методическое пособие «Концепция современного периодического издания» И.М. и М.И. Дзялошинских, а также учебное пособие «Основы теории журналистики» Г.В. Чевозеровой. В бакалаврской работе использовались следующие *методы*:

- при изучении различных интернет-ресурсов на наличие темы саунд-дизайна использовался *контент-анализ*;
- при проведении выборки, публикующих на своих страницах материалы о саунд-дизайне сайтов, использовался *количественный анализ*;
- при разработке проекта информационного сайта о саунд-дизайне «Daruma Blog» мы применили *методы моделирования, анализа и синтеза*.

*Эмпирическую базу* работы составили сайты русскоязычного сегмента сети Интернет igrozvuk.com, tvkinoradio.ru, cinemotionlab.ru и prosound.ixbt.com, и ещё двадцать семь ресурсов как примеры сайтов, касающихся в своих материалах темы саунд-дизайна, а также разработанный в рамках бакалаврской работы сайт «DarumaBlog».

*Практическая значимость:* результаты данной работы могут быть использованы в курсах и спецкурсах по интернет-журналистике, а также при создании специализированных интернет-ресурсов.

Цели и задачи бакалаврской работы обусловили его логику и структуру. Она состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе дается определение понятия «саунд-дизайн» и разбираются области его применения. Рассматривается, какое место в системе российских интернет-ресурсов занимают сайты звуковой тематики и сайты о саунд-дизайне. Во второй главе производится разработка концепции и сметы интернет-ресурса, представляется проект информационного сайта, посвященного саунд-дизайну «Daruma Blog». В Заключении подводятся итоги бакалаврской работы. Прилагается список использованной литературы, который содержит 42 источника.

# ГЛАВА 1 ТЕМАТИКА САУНД-ДИЗАЙНА НА СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ

## 1.1 Понятие саунд-дизайна и области его применения

Звуковой дизайн – чрезвычайно интересный и творческий процесс работы, который применяется при создании аудио и видео контента. Из-за узкой направленности работа в сфере саунд-дизайна требует от специалиста особых навыков и комплексных знаний. Профессиональные саунд-дизайнеры не просто так ценятся во всём мире, ведь качественный и проработанный звук оказывает существенное влияние на презентабельность продукта для зрителя. От успешно выполненного звукового дизайна во многом зависит успех на рынке всего проекта, в котором, так или иначе, используется звуковое оформление.

«В самом широком понимании *звуковой дизайн* (от англ. *SoundDesign-дизайн звука*) – вид дизайнерской деятельности, объектом которой является звук, его носители (цифровые, аналоговые) и в некоторых случаях акустика пространств и помещений. Сама формулировка «*звуковой дизайн*» указывает на деятельность, относящуюся к сфере производства звуков и акустических сред, работ по звуковому оформлению аудиовизуальных проектов, проектированию и разработке звукошумового сопровождения экранных и мультимедийных продуктов, в первую очередь для коммерческого и массового использования»<sup>1</sup>. – пишет в своей статье Мидукова Е.В.

Деникин А.А. в своей книге «Звуковой дизайн в видеоиграх» размышляет на тему специфики саунд-дизайна, как профессии и рассказывает про основные этапы работы. «Специфика дизайна звука как профессии заключается в осознанном стремлении специалиста-дизайнера средствами проектирования, синтеза и записи звука отыскать удовлетворительные решения задач,

---

<sup>1</sup>Звуковой дизайн // Scienceforum.ru. 2014. URL: <https://www.scienceforum.ru/2015/988/9924> (дата обращения 12.01.2017).

связанных со звуковым оформлением, звукоакустическим решением, причем предоставить практический результат в пределах строго определенного временного промежутка. Специфика дизайна звука состоит не только в создании привлекательного продукта, но и в соблюдении особых технологических требований, предъявляемых для его дальнейшего использования в структуре аудиовизуальных проектов, например, в звуковой дорожке кинофильма, в программном коде видеоигры, в контексте инсталляции или презентации и прочих областях. Важно учитывать стилевые и жанровые особенности конкретного проекта, его технические параметры, такие как: формат, размер, параметры звуковых файлов и прочее. Также, нельзя обойти стороной звуковые материалы: исходные звуки, аудиоматериалы и их свойства, различные технологии звукозаписи и обработки звука. Немаловажным фактором для звукового дизайна является предвыпускная подготовка звукового продукта, так называемый «премастеринг» звука. При этом следует учитывать, что и это, как правило, не последнее звено в производственной цепочке, так как далее звук попадает к звукорежиссеру для микширования или программисту, и только на этом последнем этапе дизайн звука обретает конечный вид продукта в форме финальной звуковой дорожки»<sup>2</sup>.

Далее Деникин А.А. продолжает раскрывать мысль, рассказывая про возможности современного оборудования. «Благодаря возможностям новейшей аппаратуры звукозапись и обработка звука перешли на новый уровень, при котором стало возможным не только точное звуковоспроизведение, но и высококачественное моделирование звука, создание необычных звуковых элементов при помощи синтеза и обработки. Эффектные взрывы, всевозможные фантастические машины, звуки и голоса монстров, фоновые атмосферы планет и батальные звуки сражений в далеких галактиках – все эти и многие другие оригинальные компоненты кино- видеофонограммы чрезвычайно востребованы в современных коммерческом кино и

---

<sup>2</sup>Деникин А.А. Звуковой дизайн в видеоиграх. С. 124.

мультимедиапродукции. Без необычных звуков, созданных талантом дизайнера, действие на кино- и телеэкране не будет столь динамичным, эффектным и захватывающим»<sup>3</sup>.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что саунд-дизайнеры нужны в кинематографе, на телевидении, в моушен дизайне, сфере брендинга и рекламы, на радио, в театральных постановках и в современной музыке, что делает их чрезвычайно востребованными на рынке труда.

«Дизайнер звука (саунд-дизайнеры) – это творческая профессия, которая подразумевает хорошее владение навыками в области звуковой техники и технологии, поэтому среди специалистов по дизайну звука много профессиональных звукорежиссеров, звукооператоров и композиторов»<sup>4</sup>. Дизайнер звука должен быть универсальным специалистом и объединять в себе как творческого, так и технического работника. В этом он чем-то схож с образом современного журналиста, который должен не только разбираться в жанрах, но и уметь создавать сайты, и монтировать видео. Саунд-дизайнер же должен хорошо разбираться как в драматургии и режиссуре аудиовизуального продукта, так и уметь работать в современных секвенсорах, редактируя звуковые дорожки. Специалист по звуковому дизайну должен разбираться в особенностях рынка аудиовизуальной индустрии, психоакустике и, как это не странно, иметь хороший музыкальный вкус.

«О звуковом дизайне как форме специфической технической и творческой деятельности заговорили в конце 1970-х годов. В титрах к известному фильму «Апокалипсис наших дней» (1979) режиссёра Ф.Ф. Копполы впервые упоминается новый вид деятельности, обозначенный как «дизайн звука». В качестве дизайнера звука в титрах был указан известный американский продюсер и редактор Уолтер Мерч, оказавший большое влияние на становление звукового дизайна как профессии»<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup>Там же. С. 125-126.

<sup>4</sup>Common Misconceptions of Theatrical Sound Design // Harada-sound.com. 2016.  
URL: <https://www.scienceforum.ru/2015/988/9924> (дата обращения 28.01.2017).

<sup>5</sup>In Mobile Age, Sound Quality Steps Back // Nytimes.com. 2010. URL:

В российском сегменте сети Интернет о саунд-дизайне в последнее время появляется все больше информации, но всю ее можно назвать поверхностной и слабо раскрывающей сферу саунд-дизайна. Однако, упоминания о саунд-дизайнерах уже давно несложно встретить в титрах к кинофильмам, видеоиграм и мультимедийным проектам. Интервью и передачи с участием саунд-дизайнеров становятся все более частым явлением. Одним из примеров человека, развивающего саунд-дизайн в России, является Василий Филатов – российский композитор, медиа-продюсер, саунд-дизайнер и создатель Института звукового дизайна в России.

Тем не менее, при запросе «саунд-дизайн» в поисковике «Google» мы обнаружим лишь пару трюку сайтов, рассказывающих о сфере саунд-дизайна, к таким относятся: «Look At Me», «CINEMOTION», «tvkinoradio», «prosound.ixbt.com», а также «ИГРОЗВУК». «До сих пор среди специалистов-практиков и исследователей-теоретиков нет единого мнения, что же представляет собой звуковой дизайн как особая творческая деятельность, как специфический подход к созданию звуковых произведений и продуктов. Сложности вызывает и то, что звуковой дизайн используется в разных сферах, начиная с радио и кинематографа, композиторского творчества и заканчивая рекламной деятельностью, например, в сфере брендинга и промо-акций. И в каждой области саунд-дизайн обладает своими особенностями, имеет свои специфические задачи. В результате каждый понимает под дизайном звука нечто свое, что влечет за собой рождение мифов, неясностей в отношении звукового дизайна. Всё чаще приходится сталкиваться с работами, представляемыми как «саунд-дизайнерские», притом, что сами эти работы к дизайну звука имеют очень малое отношение»<sup>6</sup>.

В кинопроизводстве саунд-дизайнер работает не один. Вместе с ним трудится композитор, звукорежиссер и ряд других специалистов, связанных со

---

<http://www.nytimes.com/2010/05/10/business/media/10audio.html> (дата обращения 3.03.2017).

<sup>6</sup>Там же. С. 128.

звуком. Однако, в отличие от всех остальных, звуковой дизайнер приступает к работе ещё на этапе подготовки к съемкам фильма, таким образом принимая непосредственное участие в создании общей концепции звукошумового озвучения. Так, например, известный дизайнер звука Гэри Райдстром, работая над фильмом «Парк Юрского периода», сначала смонтировал и воспроизвел озвучку всей флоры и фауны, а уже потом, основываясь на записанных фрагментах, была создана компьютерная графика.

Однако, если дизайнер звука создает только один какой-либо из звуковых эффектов, то он может быть в самом конце съемок. Так, например, саунд-дизайнер Рон Бочар был приглашен на съемки фильма «Волк» уже на этапе финального монтажа, для создания звуков превращения героя, которого играл Джек Николсон.

Если же говорить не про кино, а театральное искусство, то в этой области саунд-дизайнер может не только создавать, записывать и синтезировать звуки для спектаклей, но и разрабатывать различные технические решения для взаимодействия света со звуковыми эффектами. «Театральный звуковой дизайн – это комплекс технических, организационных, технологических и творческих мероприятий, целью которых является создание качественного и художественно цельного звукового сопровождения спектакля или сценического действия. Звуковой дизайнер и композитор выявляют способы воздействия, вызывающие эмоциональный отклик у слушателя. При этом дизайнер отвечает, как за проектное звуковое решение спектакля, так и за его непосредственную реализацию, контролируя весь процесс звукового оформления»<sup>7</sup>. По словам известного российского звукорежиссёра и дизайнера звука Владимира Виноградова: «Звуковое решение спектакля, в западном театральном искусстве, отражается в специальной книге – так называемой «Production book», которая есть непререкаемый закон и порядок ведения спектакля»<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Чернышов А.В. Медиамузыка: Исследование. С. 141.

<sup>8</sup> Что я слышал // Tvmuseum.ru. 2001. URL: [http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob\\_no=10961](http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=10961) (дата обращения 25.01.2017).

Но элементы саунд-дизайна можно найти не только в кино или театре, но и на *радио*. И это не обязательно заставки, использующиеся в передачах. Радиопостановки в жанре радиодрамы, художественные и публицистические радиопрограммы не существовали бы в современном виде без работы саунд-дизайнера. Стоит признать, что вплоть до 1980-х годов термин «звуковой дизайн» на радиостанциях слышать было невозможно, тем не менее современные специалисты многим обязаны режиссёрам радиостанций, которые обнаружили важнейшие приемы работы со звуком. К сожалению, сегодня саунд-дизайн на радиостанциях используется куда чаще в контексте рекламы и промоушен стратегий коммерции, нежели в целях создания радиодрамы. Поэтому, использование звуковых приемов в радиопрограммах на сегодняшний день обосновано не их художественной ценностью, а коммерческой необходимостью, выставляя на передний план вопросы окупаемости производства программы и прибыли от рекламодателей. На передний план выходят эффективность продукта, а также сроки выполнения работы, распределение аудитории по сегментам, и нюансы технологического производства программы.

«Звуковой дизайн на телевидении находит двойное применение: во-первых, это – звукошумовое оформление телепередач; во-вторых, все большее влияние набирает дизайн звука в сфере маркетинга, брендинга и промоушен как мощное средство психологического воздействия на массовую аудиторию. Основная задача дизайнера – создать звуковой «облик» телепрограммы или всего телеканала. Он занимается оформлением рекламных, анонсных, промоушен роликов, всевозможных заставок и отбивок. Дизайнерское звуковое оформление решает задачи коммуникации со зрителем, идентификации канала, играет важную роль в нацеливании на аудиторию, продвигает ценности бренда и отражает атрибуты телеканала. В профессиональные обязанности звукового дизайнера на ТВ входит требование ориентироваться во многих параметрах звуко зрительного восприятия. Здесь важно и ассоциативное мышление, и знание основ психоанализа, и оперирование гражданскими, национальными

мотивами, и тонкое чувство юмора, и умение манипулировать человеческими эмоциями»<sup>9</sup> – говорит в своей статье автор книги «Звуковой дизайн в видеоиграх» Деникина А.А., объясняя всю сложность профессии саунд-дизайнера. Дальше он продолжает, рассказывая про технические возможности современного оборудования.

«Техническая база отечественного телевидения за последние годы значительно улучшилась. На телецентрах появилась новая техника, используются современные средства и технологии подготовки и ведения передач. Повысилось качество изображения, растет число каналов вещания. Единственная характеристика, не претерпевшая существенных изменений в эфирном и кабельном телевидении, – звуковое сопровождение. Многие десятилетия оно остается монофоническим»<sup>10</sup>.

Автор книги «Основы звукооператорской работы» Маньковский В.С. погружает в суть процесса работы звукооператора, помогая взглянуть на процесс работы со звуком с технической точки зрения. «Монофонический звук кажется исходящим из одной точки – громкоговорителя. В телевидении, как и в кино, такой способ воспроизведения вступает в противоречие с изображением. Он приемлем отчасти лишь при показе крупных планов, когда звук должен исходить из центра экрана. При средних и общих планах логически требуется расширение звуковой картины перед зрителем»<sup>11</sup>. Далее он углубляется в суть функционирования многоканальных систем, тем самым объясняя способ создания качественного звучания. «Кардинальное улучшение восприятия звуковой панорамы могут обеспечить только многоканальные системы формирования и воспроизведения звука. Это – многочисленные варианты двухканальных стереофонических, четырехканальных квадрафонических, пяти- и более канальных систем объемного звучания. Все они (кроме квадрафонических, пока не нашедших широкого применения) доведены до

---

<sup>9</sup> Там же. С. 154 – 155.

<sup>10</sup> Там же. С. 158 – 159.

<sup>11</sup> Маньковский В.С. Основы звукооператорской работы. С. 12.

высокого схемотехнического и качественного уровня, освоены промышленностью и используются во всем мире. С недавнего времени они появились и в нашей стране»<sup>12</sup>.

Следует отметить, что в российском образовании предмет «Звуковой дизайн» стал появляться, начиная с 2003 года. Именно тогда в учебную программу гуманитарных институтов стали включать этот предмет. Так, например, в Санкт-Петербургском Гуманитарном университете профсоюзов занятия по предмету «Звуковой дизайн мультимедиа-программ» были организованы профессором Н. И. Дворко в рамках специальности 050200, режиссура, специализация «Режиссура мультимедиа-программ». Также Н. И. Дворко были выпущены методические работы, касающиеся преподавания «Звукового дизайна».

С 2009 года преподавание «Звукового дизайна» становится регулярным явлением в московских учебных. Например, в Гуманитарном институте телевидения и радиовещания им. Литовчина с 2009 года предмет «Звуковой дизайн» изучается в рамках подготовки по специальности «Звукорежиссура аудиовизуальных искусств» при кураторстве канд. культурологии, доцента А.А. Деникина. Во Всероссийском государственном университете кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК) так же введен предмет «Звуковой дизайн». И, нельзя не отметить, упомянутый выше Институт звукового дизайна, основанный композитором и медиа-продюсером Василием Филатовым.

Авторы сайта scienceforum.ru выделяют следующих лидеров в рассматриваемой отрасли: «Ben Burt, Randy Thom, Richard King, Richard Devine, Dan Dugan, John Gromada, Roy Harter, Bruce Jackson, Walter Murch. В России это: Роланд Казарян, Василий Филатов, Александр Копейкин, Александр Абрамов, Михаил Радченко, Сергей Ейбог, Павел Дореули, Кирилл Василенко, Дмитрий Васильев, Лев Ежов и Алиакпер Гасан-заде»<sup>13</sup>. Все

---

<sup>12</sup> Там же. С. 18.

<sup>13</sup> Звуковой дизайн // Scienceforum.ru. 2014. URL: <https://www.scienceforum.ru/2015/988/9924> (дата обращения

вышеперечисленные люди профессионалы своего дела и, как бы это парадоксально не звучало, не имеют образования по специальности саунд-дизайна. Например, Василий Филатов начинал как звукорежиссёр и пришёл к созданию звукового оформления лишь со временем. Но это не отменяет важность специализированного образования и необходимости создания таких институтов, как, например, Институт звукового дизайна.

## **1.2 Сайты звуковой тематики в структуре российских интернет-ресурсов**

Благодаря стремительному развитию интернет-технологий и как следствие их распространенности, сегодня практически каждый желающий может создать собственный веб-сайт. Эта ситуация сильно отличается от той, что была лет 10 назад. Если обратиться к статистике «Ramblers Top 100», то можно обнаружить, что на май 2017 года в категории «Техника и технологии» зарегистрировано 10522 ресурса<sup>14</sup>. Для сравнения, на начало 2008 г. в этой же категории было зарегистрировано 3136 сайтов, а в категории «Новости и СМИ» 2625 ресурсов<sup>15</sup>.

На сегодняшний день в интернете можно обнаружить множество *информационных сайтов* – «сайтов, которые содержат исчерпывающую информацию по некоторой предметной области. Сайты этого типа, как правило, содержат множество статей различных авторов, а также такие услуги, как опросы, голосование, рассылки»<sup>16</sup>. Стоит отметить, что авторы этого определения не дифференцируют коллективные блоги – блоги, которые ведет коллектив авторов, – будь то небольшой техноблог или зарегистрированное СМИ.

Если обратиться к диссертации М.М. Колесниковой, то можно обнаружить следующее определение, которое автор дает *сетевым СМИ*: «это

---

12.01.2017).

<sup>14</sup>Top100.rambler.ru. 2017. URL: <https://top100.rambler.ru/navi/?theme=1280>(дата обращения 126.04.2017).

<sup>15</sup>Лазуткина Е. В. Интернет-СМИ Рунета. С. 72.

<sup>16</sup>Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. С. 68.

сетевой контент-проект, задачей которого является распространение массовой информации (новостного или аналитического характера), и представляющий собой совокупность регулярно обновляемых информационных сообщений и материалов, размещаемых в электронных компьютерных сетях (в т.ч. в сети Интернет)»<sup>17</sup>. Исходя из этого, можно сделать вывод, что любой контент-проект, который распространяет массовую информацию различного содержания и имеет определенную периодичность, может называться сетевым СМИ. Так же, важно отметить нарушение логики в этом определении, так как на сегодняшний день контент-проектом считается любой «сайт, на котором собраны материалы, объединенные общей идеей»<sup>18</sup>. Грубо говоря, это тематический сайт. Например, сайт, посвященный только играм. При этом, по мнению главного редактора журнала «Игромания» Геворга Акопяна, подобные проекты – наиболее перспективное вложение денег для инвесторов. Данное высказывание, в нашем случае, подтверждает актуальность создания сайта «DarumaBlog».

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что «контент-проект» и «СМИ» являются смежными понятиями, но часто не имеют друг к другу никакого отношения.

Также, в современной научной среде является частым явлением отсутствие четкой типологии интернет-СМИ. На данное явление обратила внимание Е.В. Лазуткина, по ее мнению, причина кроется в самой природе интернета: «одна из основных причин создавшейся ситуации заключается в том, что Интернет – это открытая система, у которой не существует централизованной организационной структуры, контролирующей содержание и действия пользователей сети, и информационный обмен в которой носит трансграничный характер»<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Колесникова М. М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ: типологический аспект. Ростов-на-Дону, 2002. С. 77.

<sup>18</sup> Terrapoint.com. 2013. URL: <http://www.terrapoint.com.ua/stat-i/klassifikaciya-saytov.html> (дата обращения: 25.12.16).

<sup>19</sup> Лазуткина Е. В. Интернет-СМИ Рунета ... С. 67-75.

В одном из самых современных на сегодняшний день теоретических трудов «Интернет-СМИ: теория и практика», посвящённого интернет-СМИ и доступного широкой публике выделяются такие отличительные особенности интернет-СМИ от традиционных медиа, как: мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность.

Например, Сафина А.Р. говорит о том, что интернет-СМИ «можно классифицировать по сходности с их традиционными аналогами:

- 1) интернет-газеты – часто обновляемые издания, специализирующиеся в основном на информационных жанрах;
- 2) интернет-журналы – тематические издания аналитического или развлекательного характера;
- 3) интернет-радио – онлайн-радиостанции;
- 4) интернет-телевидение – развивающееся интерактивное телевидение;
- 5) информационные агентства – ресурсы, поставляющие информацию с телетайпных лент»<sup>20</sup>.

Можно так же обратить внимание на следующую классификацию веб-изданий:

- клоны несетевых изданий;
- издания, существующие только в интернете;
- смешанные издания.

Ноне трудно заметить, что эта классификация может меняться по мере развития технологий. Например, с появлением новых VR технологий мы можем предположить, что в ближайшем будущем весь контент будет создаваться для взаимодействия с пользователем в очках виртуальной реальности. Уже сейчас такие мессенджеры, как «Snapchat», позволяют узнавать новости непосредственно от первого лица при взаимодействии с VR-устройствами.

Авторы учебника «Интернет-журналистика» выделяют следующие

---

<sup>20</sup>Сафина А.Р., Типология и история развития современных российских интернет-СМИ. С. 159.

разновидности сайтов: вещательные, интерактивные, коммуникативные технологии, а также разные формы мультимедиа<sup>21</sup>.

Целевым назначением таких сайтов, как *lookatme.ru* или *tvkinoradio.ru* является «информирование читателей, популяризация знаний, публикация результатов профессиональной и научной деятельности и т. п.»<sup>22</sup>. В отличие от ситуации, что имела место быть 15 лет назад, сегодня проблема с доступом в интернет не является такой существенной. На март 2017 года 87 млн. человек или 71% от всего населения Российской Федерации пользуются интернетом хотя бы раз в месяц. Из них 66 млн. человек или 54% используют для этого мобильные устройства, как один из вариантов, остальные 20 млн. или 16% от всего населения страны используют только мобильные устройства для доступа в сеть<sup>23</sup>. Как и следовало ожидать, наибольшее количество пользователей Интернета зарегистрировано в городах-миллионниках (около 77% населения этих городов). На сегодняшний день в сеть активно выходят новые пользователи из возрастной категории 35+. Основной неохваченной группой, по мнению TNS Global, являются пользователи с 45 лет<sup>24</sup>.

Мы сделали выборку сайтов и проанализировали 31 ресурс, на страницах которых затрагивается тема звука. Результаты можно посмотреть ниже в таблице 1. При этом, посредством контент-анализа возможных конкурентов, мы выяснили, что темы, касающиеся саунд-дизайна, имеют лишь поверхностное описание и затрагивают сферу лишь частично. Именно поэтому мы рассматриваем возможность создания и существования интернет-ресурса о саунд-дизайне, к созданию проекта которого мы приступим в следующей главе. Чтобы концептуально проработать наш интернет-ресурс о саунд-дизайне, мы будем опираться на исследования М.И. и И.М. Дзялошинских. Это поможет нам

---

<sup>21</sup>Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика ... С. 111.

<sup>22</sup>Типологическая характеристика сетевых периодических изданий Интернета // Акценты. 1999, № 1-2. – С. 22-27.

<sup>23</sup>Tns-global.ru. 2017. URL: [http://www.tns-global.ru/rus/press/news/\\_news\\_article.wbp?article-id=1B3273A2-D396-4047-ABCC-52B96D9B1B6E](http://www.tns-global.ru/rus/press/news/_news_article.wbp?article-id=1B3273A2-D396-4047-ABCC-52B96D9B1B6E) (дата обращения: 24.05.17)

<sup>24</sup>Половина россиян вышла в интернет // Lenta.ru. 2013. URL: <http://lenta.ru/news/2012/06/02/seventy/> (дата обращения: 20.11.16).

создать реализуемую и, главное, способную к существованию модель данного сайта.

Как уже было сказано выше, в русскоязычном сегменте сети Интернет практически отсутствуют сайты, как-либо затрагивающие тему саунд-дизайна. По запросу «саунд-дизайн» в поисковиках «Google» и «Яндекс» мы нашли всего лишь 31 сайт из миллиона возможных на русском языке. В итоге мы решили провести количественный анализ, чтобы наглядно показать процентное соотношение материалов о саунд-дизайне к общему количеству публикаций на русскоязычных сайтах. Для этого мы использовали следующую формулу:

$$\frac{100\%}{x^1} = \frac{y}{x^2},$$

где за 100% мы берём общее кол-во материалов на сайте;  $y$  – это суммарное кол-во материалов на сайте сторонней тематики;  $x^2$  – суммарное кол-во материалов на сайте, посвящённых саунд-дизайну;  $x^1$  – процент материалов на сайте, посвящённых саунд-дизайну.

Таблица 1 – Процентное содержание материалов о саунд-дизайне на сайтах

| Название сайта    | Процентное содержание материалов о саунд-дизайне на выбранных сайтах |           |         |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------|---------|
|                   | Менее 1                                                              | От 1 до 5 | Более 5 |
| Vc.ru             | 0,2 %                                                                |           |         |
| Weareart.ru       | 0,1 %                                                                |           |         |
| Cinemotionlab.com |                                                                      |           | 6%      |
| Sostav.ru         | 0,1 %                                                                |           |         |
| Lookatme.ru       | 0,4 %                                                                |           |         |
| Название сайта    | Процентное содержание материалов о саунд-дизайне на                  |           |         |

|                            | выбранных сайтах |           |         |
|----------------------------|------------------|-----------|---------|
|                            | Менее 1          | От 1 до 5 | Более 5 |
| Tvkinoradio.ru             |                  |           | 7 %     |
| Prosound.ixbt.com          |                  |           | 6 %     |
| Igrozvuk.com               |                  |           | 65 %    |
| Say-hi.me                  | 0,1 %            |           |         |
| Habrahabr.ru               | 0,1 %            |           |         |
| Snimifilm.com              | 0,5 %            |           |         |
| Mmag.ru                    | 0,3 %            |           |         |
| Samesound.ru               |                  | 2 %       |         |
| Liquidblasted.net          |                  | 2 %       |         |
| Zvuki.ru                   |                  | 3 %       |         |
| Sonicspace.ru              | 0,8 %            |           |         |
| Krem.productions.ru        | 0,2 %            |           |         |
| Kelnik.ru                  | 0,1 %            |           |         |
| Ponedelnikmag.com          | 0,1 %            |           |         |
| Blackbirdsfx.com           |                  | 3 %       |         |
| Touchin.ru                 | 0,3 %            |           |         |
| Sobaku-am.com              | 0,1 %            |           |         |
| Mover.uz                   |                  | 1 %       |         |
| Creativesoft.ru            |                  | 2 %       |         |
| Zaochnik.ru                | 0,2 %            |           |         |
| Musicstate.ru              |                  | 1 %       |         |
| Blog.mediamusicjournal.com |                  | 2 %       |         |
| Polymus.ru                 | 0,6 %            |           |         |
| Murartlabs.com             | 0,3 %            |           |         |
| Mediamusic-journal.com     |                  | 3%        |         |
| The-village.ru             | 0,1 %            |           |         |

Как видно из таблицы, более 5% материалов, посвящённых саунд-дизайну, имеют лишь четыре сайта: Tvkinoradio.ru, Prosound.ixbt.com, Cinemotionlab.com и Igrozvuk.com. Долю от 1 до 5 процентов имеют 10 сайтов:

Mediamusic-journal.com, Blog.mediamusic-journal.com, Musicstate.ru, Creativesoft.ru, Mover.uz, Blackbirdsfx.com, Zvuki.ru, Liquidblasted.net, Samesound.ru. Самое большое количество ресурсов относится к доле до 1%, 18 сайтов: The-village.ru, Murartlabs.com, Polymus.ru, Zaochnik.ru, Sobaku-am.com, Touchin.ru, Ponedelnikmag.com, Kelnik.ru, Krem.productions.ru, Sonicspace.ru, Mmag.ru, Snimifilm.com, Habrahabr.ru, Say-hi.me, Lookatme.ru, Sostav.ru, Weareart.ru, Vc.ru.

Опираясь на данные из таблицы можно обратить внимание, что сайт Igrozvuk.com имеет самую большую долю материалов о саунд-дизайне и может относиться к ресурсам, посвящённым этой теме. Но, это заблуждение, так как сайт Igrozvuk.com пишет преимущественно про звук в компьютерных играх и не затрагивает саунд-дизайн в музыке, моушен дизайне, телевидении, радио и театральных постановках. Также, на сайте Igrozvuk.com в полной мере не раскрывается тема оборудования для работы со звуком в сфере саунд-дизайна. Таким образом саунд-дизайн сегодня – развивающаяся отрасль. Она включает в себя звукорежиссуру, работу с видео и создание музыки, что открывает большие возможности для творчества и предъявляет высокие требования для входа в профессию. В структуре российских интернет-СМИ сайты звуковой тематики представлены в виде таких ресурсов, как «CINEMOTION», «tvkinoradio», «prosound.ixbt.com», а также «ИГРОЗВУК». Но даже на них тема саунд-дизайна затронута лишь частично.

Сайты о саунд-дизайне на русском языке будут очень востребованы в ближайшем будущем, благодаря стремительному развитию отрасли саунд-дизайна в России. Из чего мы сделали вывод о необходимости создания тематического ресурса, который в достаточной мере раскрывал бы тему саунд-дизайна во всех её областях.

## ГЛАВА 2 ПРОЕКТ ИНФОРМАЦИОННОГО САЙТА ДЛЯ ТВОРЧЕСКОЙ СТУДИИ ЗВУКОЗАПИСИ «DARUMA AUDIO»

### 2.1 Концепция информационного сайта о саунд-дизайне

Разработка проекта любого информационного сайта начинается с определения его концепции. В толковом словаре иноязычных слов дается следующее определение «концепции»: «[нем. Konzeption, фр. conception < лат. conceptio система, совокупность, сумма] – это: 1. Система взглядов, то или иное понимание явлений действительности. 2. Единый, определяющий замысел, ведущая мысль какого-нибудь произведения, научного труда»<sup>25</sup>.

Обратившись к толковому словарю Ефремовой, мы обнаружим в нём следующее определение *концепции*: «1. Система взглядов на то или иное понимание явлений действительности. 2. Определённый замысел, трактовка; точка зрения».

То есть, из всего вышесказанного можно сформулировать следующее определение: «*концепция СМИ* – это генеральный замысел, руководящая идея, в соответствии с которой создаётся и выпускается определённое СМИ».<sup>26</sup>

Также, *концепцию СМИ* можно сказать следующее: «это та формула, та установка, которая регламентирует работу и коллектива копирайтеров, и администрацию сайта, а также взаимоотношения с аудиторией. Она определяет курс газеты, журнала, других СМИ»<sup>27</sup>.

Для качественного построения концепции нашего информационного сайта о саунд-дизайне мы обратились к учебно-методическому пособию Дзялошинских М.И. и И.М. «Концепция современного периодического

---

<sup>25</sup> Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М. : Эксмо, 2008. — 944 с.

<sup>26</sup> Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания: учебно-методическое пособие. М. : МедиаМир. 2012. С. 7.

<sup>27</sup> Система средств массовой информации России: уч. пособ. для вузов / под ред. Я.Н. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2001. С. 23.

издания».

В данном пособии концепция состоит из трёх частей:

- 1) миссии, декларирующей предназначение издания;
- 2) программы издания, которая дает полное представление о классификационных признаках газеты или журнала;
- 3) комплекса моделей издания – содержательной, оформительской и организационной, - представляющего собой стратегическую проработку основных параметров издания»<sup>28</sup>.

*Миссия* – «основная цель организации, стремление к достижению которой наполняет деятельность организации особым смыслом»<sup>29</sup>.

Миссии бывают пяти видов<sup>30</sup>:

- *миссия-предназначение* - указывает на сущность и назначение организации;
- *стратегическое видение* – повествует о перспективности организации;
- *бизнес-идея* – устанавливает принципы видения какого-либо дела, бизнеса или направления;
- *миссия-ориентация* – говорит о ценностных ориентациях организации;
- *миссия-политика* – сообщает о политических установках и взглядах организации.

Миссия организации должна быть легко донесена до целевой аудитории. Для этой цели её можно сформулировать в виде девиза или слоган-лозунга.

Начнём с *миссии-предназначения*, которую можно воспринять как некую глобальную идею: «Популяризовать индустрию саунд-дизайна в России».

*Миссия-ориентация*: «Чтобы индустрия развивалась о ней должны узнать, как можно больше людей».

---

<sup>28</sup> Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания ... С. 7.

<sup>29</sup> Там же. С. 8.

<sup>30</sup> Iteam.ru. 2011. URL: [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_15/article\\_4382/](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_15/article_4382/) (дата обращения: 22.03.16).

*Миссия-стратегическое видение:* «Мы будем предоставлять качественные материалы о различных направлениях саунд-дизайна доступные широкой массе читателей».

Мы решили исключить миссию-бизнес-идею, а также остальные типы миссий потому, что они не подходят нашему интернет-ресурсу. В первую очередь ресурс «DarumaBlog» является просветительским проектом, направленным на популяризацию саунд-дизайна в России, а уже потом источником зарабатывания денег.

Помимо этого, нашей *миссией* является создание мощного сообщества людей, интересующихся саунд-дизайном, которые смогут обмениваться опытом и развиваться вместе.

Опираясь на вышеизложенные миссии, мы можем определить цель и слоган нашего сайта. *Цель* – популяризация саунд-дизайна в России. *Слоган:* «Саунд-дизайн – это интересно».

Опираясь на вышеизложенные цели интернет-ресурса, выраженные в миссиях, мы сформировали *задачи нашего сайта:*

1. Рассказ о деятельности профессионалов из сферы саунд-дизайна.
2. Рассмотрение последних тенденций в сфере саунд-дизайна. Раскрытие основных тематик: «Программное обеспечение» и «Периферийное оборудование».
3. Создание процесса коммуникации между брендом «Daruma Audio» и посетителями сайта.
4. Создание положительного образа бренда «DarumaAudio» как профессионала в сфере саунд-дизайна.
5. Восполнение недостатка информации о саунд-дизайне в русскоязычном интернете.
6. Привлечение новых клиентов для студии саунд-дизайна «DarumaAudio».

Основные *тематические направления*, которые мы будем учитывать при формировании информационной и содержательной составляющей модели

нашего сайта, следующие:

- внутренняя кухня – обзор периферийного оборудования и программного обеспечения, которое используется для работы в сфере саунд-дизайна;
- значимые личности – знакомство читателей с людьми, оказывающими или оказавшими влияние на сферу саунд-дизайна;
- рассказ о деятельности творческой студии звукозаписи «DarumaAudio».

Перейдем к *программе издания* – документу, «в котором определены базовые характеристики функционирования редакции»<sup>31</sup>. Программа подразделяется на два раздела – обязательный, в котором указываются все данные, на основании которых органы власти выдают разрешение на издание СМИ, и факультативный, который просто облегчает работу над концепцией и не требуется для предоставления в органы власти<sup>32</sup>.

Обязательной называется форма заявления о регистрации СМИ, выдаваемая РосКомНадзором<sup>33</sup>. Регистрация нам пока что не потребуется, так как на данный момент у нас нет цели создавать СМИ. Однако, мы пропишем ключевые пункты для нашего сайта.

1. Наименование (название) средства массовой информации.

Свой сайт мы назвали «DarumaBlog». Название обусловлено принадлежностью сайта к творческой студии звукозаписи «DarumaAudio». На наш взгляд название «DarumaBlog» наиболее точно отражает направленность ресурса, как медийной площадки, принадлежащей студии саунд-дизайна «Daruma Audio».

2. Форма периодического распространения – сетевое издание.

3. Адрес редакции, телефон – указывается по факту сбора редакции. Мы предполагаем, что наша редакция не будет иметь офиса, из-за

---

<sup>31</sup> Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания ... С. 13.

<sup>32</sup> Там же.

<sup>33</sup> Rsoc.ru. 2012. URL: <http://www.rsoc.ru/mass-communications/smi-registration/> (дата обращения: 21.02.16).

специфики распространения (см. ниже).

4. Язык – изначально русский. В дальнейших планах рассматривается возможность перехода на английский язык, как интернациональный.

5. Примерная тематика и (или) специализация:

- «DarumaBlog» – информационный сайт о саунд-дизайне.
- предполагаемые периодичность выпуска, максимальный объем – в зависимости от времени появления, не реже двух раз в неделю;
- предполагаемая территория распространения – Россия; авторский коллектив, с которым уже достигнута договорённость, представляет из себя жителей г. Тольятти;
- источники финансирования – частные вложения.

Факультативный раздел. Программа издания «включает такие базовые признаки, по которым государство не требует информации, но которые чрезвычайно важны для определения вектора развития СМИ и разработки конкретных моделей организации работы»<sup>34</sup>.

Отнесём сюда аудиторный признак, правовой статус, целевое назначение, содержательные особенности издания, позиция (зависимое/независимое издание), периодичность, территория распространения<sup>35</sup>.

Правовой статус. Как правило, он «определяет форму собственности на имущество и другие активы медиа-предприятия» и выделяется три типа – частный, муниципальный и общественный<sup>36</sup>. «DarumaBlog» является частным изданием.

Аудиторный признак. Основная проблема при создании «Daruma Blog» заключалась в том, что на российском медийном рынке отсутствовали аналоги. Исходя из этого мы можем сделать вывод, что до создания сайта «Daruma Blog» аудитория была не сформирована. Наша редакция ориентируется на так называемый креативный класс. Его в свое время выделил Ричард Флорида –

---

<sup>34</sup> Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания ... С. 13.

<sup>35</sup> Там же. С. 18-26.

<sup>36</sup> Там же. С. 18.

американский экономист. Если верить его высказываниям, то «ядро креативного класса составляют люди, занятые в научной и технической сфере, архитектуре, дизайне, образовании, искусстве, музыке и индустрии развлечений, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания»<sup>37</sup>. Именно на креативный класс ориентируются такие издания как «Батенька, да вы трансформер», «LookAtMe», TheVillageиимподобные.

Основная аудиторная характеристика – это интерес к саунд-дизайну в целом. Также «Daruma Blog» будет рассматривать и проблемы индустрии звука, в том числе и проблему образования в сфере саунд-дизайна.

Также, наш интернет-ресурс поможет привлечь внимание к творческой студии звукозаписи «Daruma Audio» и укрепить ее положительный имидж в глазах клиентов и экспертов индустрии звука. Заказчик хочет, чтобы ресурс «Daruma Blog» создал вокруг себя мощное сообщество, которое будет развивать тему саунд-дизайна в России и привлекать внимание к бренду «DarumaAudio». Для достижения поставленной цели нами планируется создание качественного контента, а также поддержание активной обратной связи с читателями.

*Целевое назначение.*Если верить авторам типологии, на которую мы опираемся, стоит сказать о тех функциях, которые осуществляет СМИ:

*Информационная*– «получение и распространение сведений о наиболее важных для граждан событиях»<sup>38</sup>. «Daruma Blog» будет выполнять эту функцию, рассказывая о разных профессионалах из сферы саунд-дизайна, освещая мероприятия, посвящённые этой теме;

*Коммуникативная* – «содействие эффективному общению, обмену информацией»<sup>39</sup>. Так как одной из главных задач «Daruma Blog» является создание коммуникативной площадки между читателями и брендом «DarumaAudio».

---

<sup>37</sup>Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. М. : 2007, 430 стр. – С. 22.

<sup>38</sup>Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания ... С. 19.

<sup>39</sup>Там же.

«Daruma Blog» будет сообщать людям новые знания, что является частью образовательной функцией.

*Воспитательная* – «содействие усвоению культурных ценностей в обществе, норм и образцов поведения»<sup>40</sup>. Так как одной из задач «Daruma Blog» является создание у читателей понимания «качественного звучания», то воспитательная функция так же будет выполняться.

*Культурно-просветительская* – «участие в распространении культурных ценностей, образцов общемировой культуры»<sup>41</sup>. Эта функция так же будет выполняться, поскольку «Daruma Blog» не может не говорить о музыке в том числе.

*Идеологическая функция*, согласно которой предполагается «создание комплекса мифологем, стереотипных образов действительности в силу того или иного социального заказа», так же будет выполняться. Основная идея выражается в слогане «саунд-дизайн – это интересно».

*Рекламно-справочная функция* так же будет выполняться, рассказывая о бренде «DarumaAudio».

*Содержательные особенности издания* – это классификация типа издания по качеству материалов. Мы полагаем, что «Daruma Blog» будет являться качественным изданием, по позиции – зависимым от бренда «DarumaAudio», периодичность в случае интернет-ресурса имеет далеко не первостепенное значение, так же, как и по географии распространения.

*Модель издания*– это «некий шаблон для оптимального выстраивания процесса изготовления информационного продукта, опирающийся на технологическую основу»<sup>42</sup>. Если верить авторам, для функционирования СМИ в нормальном режиме необходимо иметь три модели: содержательную, оформительскую (дизайнерскую) и организационную<sup>43</sup>.

Согласно утверждениям авторов, содержательная модель состоит из

---

<sup>40</sup>Там же.

<sup>41</sup>Там же.

<sup>42</sup>Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания ... С. 26.

<sup>43</sup>Там же.

следующих компонентов<sup>44</sup>:

- тематическое направление;
- жанровая палитра;
- модальность материалов (знак информации);
- локальность материалов;
- источники информации;
- лексико-стилистические особенности.

*Тематические направления*—это то, о чем пишут журналисты –перечень тем. В случае ресурса «Daruma Blog», который является узкоспециализированным изданием, перечень тем видится вполне явным – это все то, что связано с саунд-дизайном, развитием индустрии звука и ее трендами, а также рассказ о деятельности творческой студии звукозаписи «Daruma Audio». Этот компонент содержательной модели определяет рубрики нашего ресурса. На данный момент мы прописали пять рубрик: «Полезные ресурсы», «Саунд-дизайн», «Вдохновение» и «Лица».

1. Рубрика «Полезные ресурсы» –публикуются ссылки на полезные ресурсы, связанные с саунд-дизайном. Выполняет информационную функцию.

2. Рубрика «Саунд-дизайн» рассказывает о программном обеспечении и оборудовании, которое использует в своей работе саунд-дизайнер. Также речь может вестись о музыкальных инструментах. Выполняется образовательная функция.

3. Рубрика «Вдохновение» выполняет рекламную, просветительскую, а также информационную функции. В ней работники творческой студии звукозаписи «Daruma Audio» публикуют понравившиеся им видео, которые, на их взгляд, могут выполнять роль референсов при создании звукового оформления и вдохновлять на творчество.

4. Рубрика «Лица»—это рубрика преимущественно с жанром интервью. Тут будут происходить разговоры с профессионалами из сферы саунд-дизайна:

---

<sup>44</sup>Там же. С. 27.

саунд-дизайнерами, продюсерами, звукорежиссерами, музыкантами и другими людьми, так или иначе связанными с тематикой ресурса. Данная рубрика отвечает за функцию просвещения, даря читателям возможность перенять уникальный опыт профессионалов сферы саунд-дизайна.

*Жанровая палитра.* Мы не делаем упор на какие-либо определенные жанры. Обзор инструментов для саунд-дизайнеров планируется в рубрике «Саунд-дизайн», интервью (как аналитические, так и информационные) в рубрике «Лица».

Определим *принципы редакционной политики* (работа с фактами, границы интерпретации):

1. Информирование аудитории происходит с точки зрения «интересного саунд-дизайна», «качественного звука», то есть сферы, дружелюбной по отношению к читателю.

2. Предполагается, что материалы будут писать работники студии «Daruma Audio». Также планируется наличие редактора, который на условиях удаленной занятости будет проверять и править тексты.

3. Пишущему в «Daruma Blog» будет необходимо уметь работать с информацией, в том числе находить актуальные информповоды для будущих материалов.

4. Жанровая форма в первую очередь должна максимально полно отражать выбранную тематику.

5. Пишущий в «DarumaBlog» должен уметь находить весь необходимый медиаконтент (аудио, фото, видео), либо быть готовым создавать его сам.

6. Любой человек пишущий в «Daruma Blog» обязан ссылаться на источники информации, тщательно проверяя их.

7. Редакция «Daruma Blog» совместно с партнерами так же имеет возможность проводить мероприятия, направленные на популяризацию саунд-дизайна.

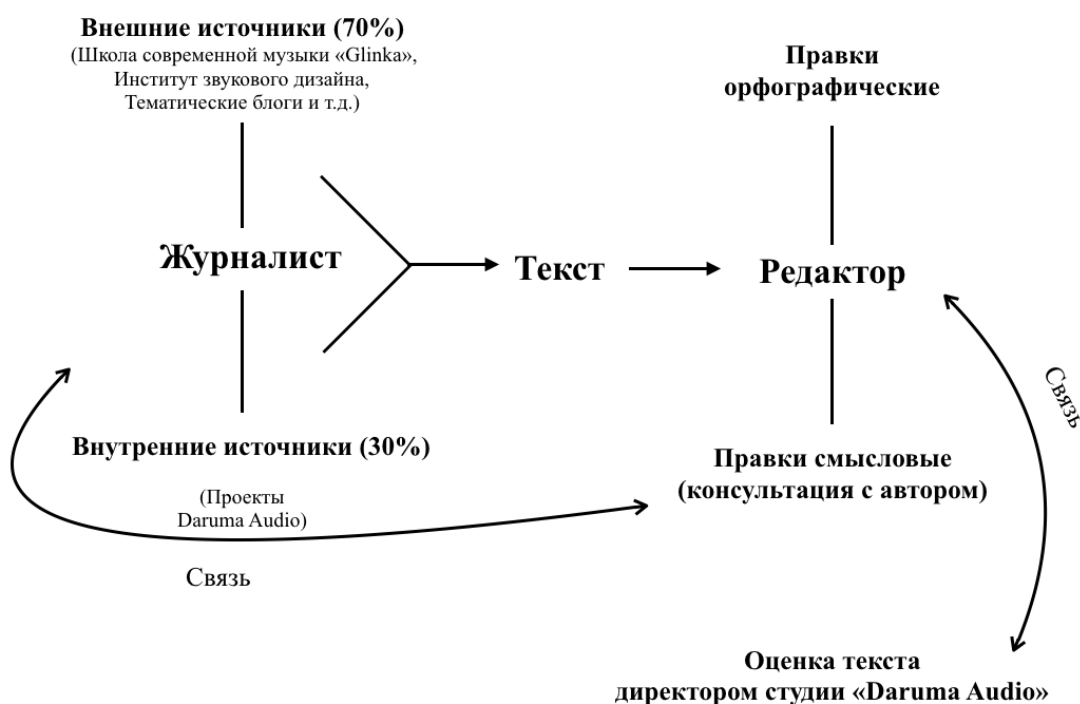
*Модальность материалов.* «Отражает отношение журналиста или издания к излагаемой информации и бывает: нейтрально-информационной,

положительной, отрицательной, проблемной»<sup>45</sup>.

*Локальность*или география распространения. Как мы уже говорили, географию распространения у интернет-ресурса выделить сложно, но акцент будет делаться на русскоязычную аудиторию, на втором этапе планируется создание англоязычной версии сайта наподобие того, как это реализовано у «Медузы».

*Источники информации.* Авторские материалы, редакционные материалы. В список источников информации могут попасть непосредственно специалисты из сферы саунд-дизайна, Институт звукового дизайна, Школа современной музыки «Glinka», Школа электронной музыки и диджеинга «TRAMPLIN», а также тематические блоги,саунд-студии, издательства, выпускающие книги по схожим тематикам и т.д.

Технологическая схема работы редакции представлена на рисунке 1.



<sup>45</sup>Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания ... С. 31.

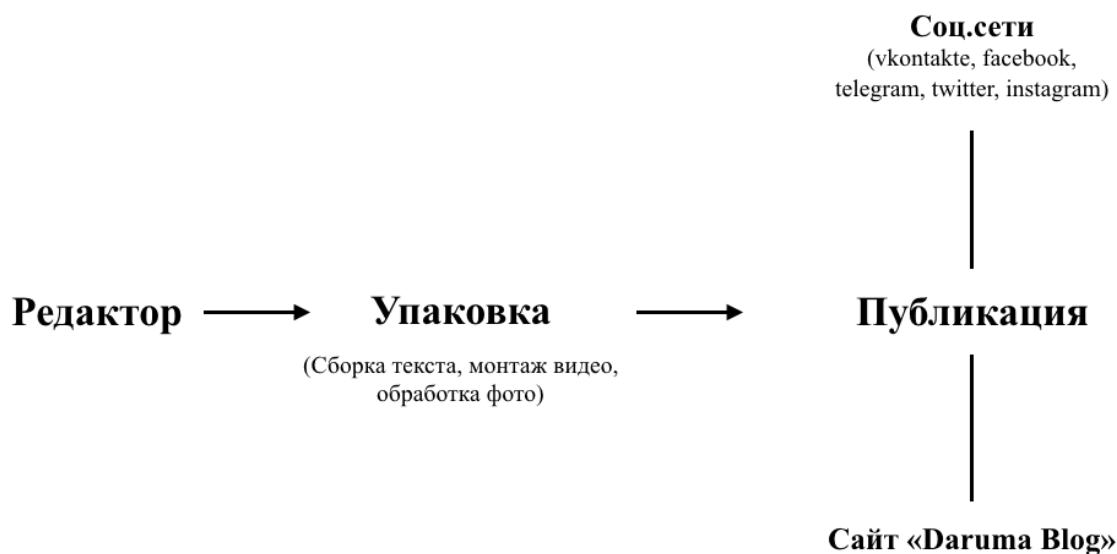


Рисунок 1 – Технологическая схема работы редакции «DarumaBlog»

*Лексико-стилистические особенности сайта «DarumaBlog».* Мы приверженцы «человеческого языка». Как можно меньше научных терминов, канцеляризмов и штампов, но в рамках русского литературного языка.

*Оформительская (дизайнерская) модель сайта «DarumaBlog».* «Оформительская модель представляет собой систему принципов художественно-технического оформления. Оформительская модель предусматривает оформление первой полосы (название газеты, логотип, «афиша», фотография номера; в нашем случае «шапки» сайта), шрифтовое оформление издания, размещение и оформление заголовочного комплекса, средства выделения, иллюстрации, служебные элементы, размещение и оформление рекламы»<sup>46</sup>.

Следует исходить из того, что на первом этапе «Daruma Blog» будет базироваться на бесплатном тарифе от платформы Tilda Publishing – конструктора сайтов, который предлагает специальные инструменты для быстрой и качественной его разработки. Многие считают, что данная

<sup>46</sup>Там же. С. 49.

платформа подходит только для лонгридов, но это заблуждение. Функционал сайта предоставляет специальные модули, которые позволяют создавать полноценные многостраничные сайты и подключать их к собственным доменам.

Требования, предоставляемые к сайту на платформе TildaPublishing:

1. Простота – мы за минимализм и легкость восприятия информации.
2. Адаптивный дизайн, который имеет свойства автоматически подстраиваться под ширину экрана и меняется в зависимости от изменения его пропорций. Данная особенность дизайна подарит возможность с комфортом читать «Daruma Blog» на экранах мобильных устройств.
3. Светлый фон – мы за обычный белый фон или лёгкие оттенки жёлтого. Это снизит нагрузку на глаза, что в свою очередь облегчит восприятие информации на сайте<sup>47</sup>.
4. Гибкая настройка сайта.
5. Возможность создания меню и рубрики.

У платформы Tilda Publishing есть три тарифа: «Free», «Personal» и «Business». Каждый из них отличается предоставляемыми возможностями. На данный момент мы находимся на тарифе «Free», как только мы исчерпаем его возможности, планируем перейти на следующий по нарастающей тариф «Personal». К моменту исчерпания возможностей данного тарифа мы планируем собрать достаточное количество посещений на сайте, чтобы проект начал приносить плоды в виде новых клиентов и рекламодателей. Исходя из этого, в планах имеется дальнейший переход на тариф «Business». Траты на данный тариф будут оправданы окупаемостью проекта.

Со временем, если возможностей тарифа «Business» на платформе Tilda Publishing нам станет не хватать, мы планируем перейти на специально созданный под «Daruma Blog» сайт, в котором будут реализованы все необходимые нам функции, который, вероятно, будет реализован на специальном движке для интернет-блогов «Эгея».

---

<sup>47</sup>Ценев В. Психология рекламы. Реклама, НЛП и 25-й кадр. СПб. : Речь, - 2007. С. 71.

На разработку фирменного стиля «Daruma Blog» уже дал свое согласие дизайнер из Санкт-Петербурга Андрей Снак. Он же создал, использующийся в настоящее время, новый логотип творческой студии звукозаписи «DarumaAudio». Получив техническое задание, он оценил возможность реализации проекта и предоставил все необходимую информацию.

Для того, чтобы запустить проект, мы должны разработать базовые элементы фирменного стиля и стратегию продвижения продукта. В связи с концепцией нашего сайта они должны отвечать таким критериям как:

- простота формы;
- простота цвета;
- отражение современного дизайна;
- связь с уже существующим фирменным стилем бренда «DarumaAudio».

Мы знаем, что при создании логотипа необходимо быть уникальным, учитывать психологию целевой аудитории и, самое главное, передать все это в максимально простой форме, чтобы каждый человек мог прочесть основной «месседж» бренда. Мы считаем, что настоящий логотип студии «Daruma Audio» в полной степени соответствует данным критериям. Также, сайт «Daruma Blog» должен отражать принадлежность к бренду «Daruma Audio». Именно поэтому, посоветовавшись с заказчиком, мы не стали рисовать новый логотип, а использовали уже имеющийся логотип компании (в соответствии с рисунком 2).



Рисунок 2 – Логотип сайта «DarumaBlog»

Вариант главной страницы «Daruma Blog» (рисунок3):

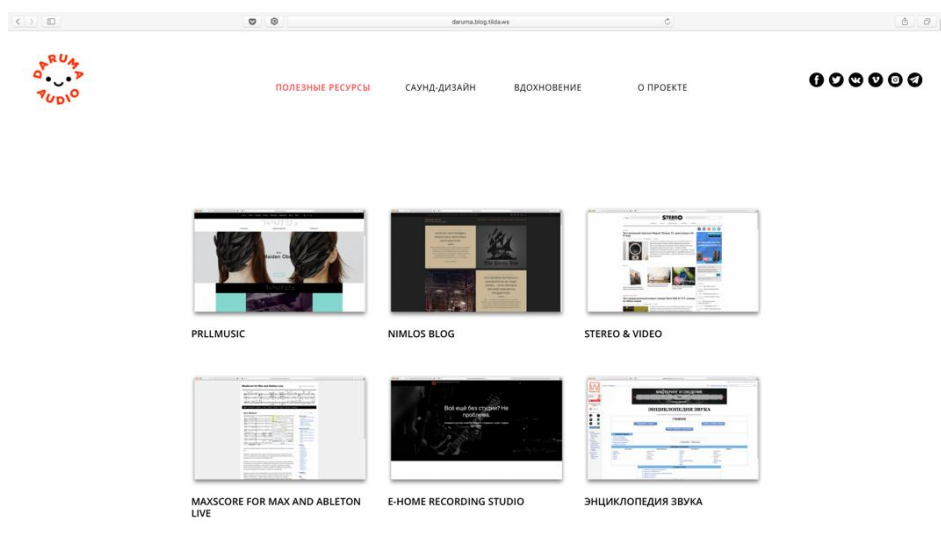


Рисунок 3 – Главная страница «Daruma Blog»

На главной странице, можно увидеть последние опубликованные записи. Логотип приятно дополняет минималистическую концепцию сайта, гармонируя с белым фоном и черными буквами.

Организационная модель. «Основными элементами организационной модели являются: структура издания, технологическая схема, финансово-экономическая схема, стимулирование сбыта»<sup>48</sup>.

Структура издания – это «совокупность организационно-творческих отношений внутри редакционного коллектива»<sup>49</sup>. Туда входят такие понятия как «редакция как функциональная группа», «редакция как организационная структура», «редакция как профессиональная группа», «редакция как социальная группа».

В нашем проекте функциональная группа формируется на трех уровнях – программном, управленческом и исполнительском.

Решения об основных направлениях деятельности редакции, экономических нормативах, а также о долговременных концептуальных подходах и творческих идеях принимаются на программном уровне<sup>50</sup>. В «Daruma Blog» группа на этапе возникновения проекта будет состоять из двух человек – создателя «DarumaBlog», Сергеева А.В. и заказчика

<sup>48</sup> Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания ... С. 58.

<sup>49</sup> Там же.

<sup>50</sup> Там же. С. 58 – 59.

проекта, директора студии «DarumaAudio» Д.В. Новожилова.

Если говорить об управленческом уровне, то тут функциональная группа принимает решения по материально-техническому обеспечению выпуска<sup>51</sup>. Что касается кадрового и финансового обеспечения, то его принимает директор студии. В личной беседе участники функциональной группы договорились о том, что с начала существования проекта им будут заниматься только работники студии «DarumaAudio». Никаких внештатных авторов привлекать на первом этапе существования проекта не планируется. «Daruma Blog» будет являться коллективным блогом. В качестве примера подобной редакционной политики на начальных этапах можно привести ресурс «ИГРОЗВУК» – являющийся коллективным блогом. Так же в пример можно привести «journal.tinkoff.ru», который был основан Олегом Тиньковым. Тинькофф-журнал был запущен для широкой аудитории, помогающий читателям в различных бытовых вопросах, связанных с банкингом и финансами.

Далее имеет смысл сказать о *структуре редакции*.

На данный момент в структуре редакции присутствует пять человек:

- Новожилов Д.В. – заказчик и руководитель проекта «DarumaBlog»;
- Сергеев А. – создатель «DarumaBlog», журналист, г. Тольятти.
- Марфицин А. – выпускающий редактор «DarumaBlog», г. Тольятти;
- Казанцев И. – эксперт, журналист, г. Тольятти;
- Люстин Д. – эксперт, журналист, г. Тольятти.

Также существует договоренность с несколькими внештатными авторами, которым интересен наш проект.

*Экономической схеме*, то есть смете, будет посвящен отдельный параграф.

Итак, мы прописали основные элементы концепции «Daruma Blog», позволяющие начать действовать данному проекту как коллективному блогу. Далее мы рассмотрим, какие средства необходимы, чтобы «Daruma Blog» стал полноценным интернет-ресурсом о саунд-дизайне.

---

<sup>51</sup>Там же. С. 59.

## 2.2 Смета информационного сайта, посвященного саунд-дизайну «Daruma Blog»

Во многих пособиях по созданию интернет-СМИ, а также интернет-проектов говорится о том, что одним из важнейших элементов при запуске любого проекта является бизнес-план – «документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем»<sup>52</sup>. Но, несмотря на всю важность данного документа, мы пришли к выводу, что составление подробного бизнес-плана является частью работы экономистов и менеджеров, нам же, для запуска нашего проекта, логичнее привести смету нашего проекта. В ней мы распишем основные статьи расходов при запуске «DarumaBlog» на один год существования. Период выбран не просто так – по нашим расчётам за это время «Daruma Blog» вырастает из обычного блога в самокупаемый интернет-ресурс, у которого появится постоянный авторский состав. Также, мы планируем, если того будет требовать ограниченный функционал платформы Tilda Publishing, использовать движок «Эгея» для создания нового сайта. К этому времени у нас уже должны будут появиться первые рекламодатели.

Так как у нас интернет-ресурс, то первым делом мы прописываем в смете аренду площадки, на которой будет располагаться «Daruma Blog». Сюда входит покупка доменного имени и аренда хостинга.

Доменное имя (доменный адрес) — это «уникальный текстовый идентификатор компьютера (хоста), подключенного к сети Интернет. Состоит из слов, написанных латинскими буквами и разделённых точками. Пробелов и других знаков препинания в доменных именах нет». У известных сетевых изданий в качестве доменных имён значатся, например, meduza.io, the-village.ru, rbk.ru.

Участниками редколлегии было принято решение, что для интернет-

---

<sup>52</sup> Bibliotekar.ru. 2011. URL: <http://bibliotekar.ru/economika-predpriyatiya-4/64.htm> (дата обращения: 25.03.16).

ресурса о саунд-дизайне «Daruma Blog» лучше всего подойдет домен *daruma.blog.tilda.ws*. Во-первых, при выборе доменного имени необходимо было сочетание существующего бренда и формата нового проекта. Мы решили, что самым лучшим воплощением данной идеи станет название «*daruma.blog*». Во-вторых, данный домен бесплатен. Так как мы делаем наш проект на платформе Tilda Publishing, то имеем субдомен «*tilda*», но при правильной поисковой оптимизации данное техническое ограничение не будет проблемой. Тем более, мы планируем, что читатели будут приходить к нам не напрямую, а из соц. сетей и других источников. Последние исследования показывают, что читатели все реже приходят напрямую на главную страницу сайта и все чаще по ссылкам из соц.сетей на конкретные материалы.

В дальнейшем, после приобретения тарифного плана «Personal» доменное имя можно будет создать бесплатно. Учитывая годовую стоимость, то новые функции тарифа и домен обойдутся нам в 6000 рублей.

Хостинг (англ. web-hosting, collocation, синоним – веб-хостинг) – «размещение чужого веб-сайта на своем веб-сервере или чужого веб-сервера на своей «площадке», т.е. предоставление подключения к интернету и обслуживание»<sup>53</sup>. По факту, платформа Tilda Publishing с помощью тарифов предоставляет нам тот самый хостинг – определенный объем свободного пространства на серверном диске, на котором можно хранить всю информацию нашего сайта. Оплачивая тариф на TildaPublishing, мы оплачиваем хостинг.

Существуют стандартные наборы при аренде хостинга – поддержка CMS, PHP и баз данных MySQL.

CMS (Content Management System) – это «система управления содержанием сайта. Представляет собой программные средства для подготовки, редактирования и публикации информации на сайте, а также средства для управления функциональностью сайта»<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup>Gigatrans.ua. 2012. URL: <http://www.gigatrans.ua/dictionary.html> (дата обращения: 25.03.16).

<sup>54</sup>Sitem.ru. 2012. URL: <http://www.sitem.ru/termin.html> (дата обращения: 25.02.16).

PHP (PHP Hypertext Preprocessor) – это «язык программирования для создания динамических страниц и написания скриптов. Одно из самых популярных средств создания сайтов и веб-приложений. Скрипты, написанные на PHP, встраиваются непосредственно в текст страниц и исполняются на Web-сервере»<sup>55</sup>.

MySQL – это «небольшой, компактный многопоточный сервер баз данных. MySQL характеризуется большой скоростью, устойчивостью и легкостью в использовании, идеально подходит для разработки динамических сайтов. База данных MySQL позволяет хранить разные типы файлов»<sup>56</sup>.

Платформа TildaPublishing включает в себя весь данный набор, поэтому нам не придется подключать все компоненты отдельно.

Как уже говорилось выше, впоследствии «Daruma Blog» собирается перейти на специально созданный сайт. Дизайнер Андрей Снак (г. Санкт-Петербург) за создание сайта и все последующие операции (тестирование, отладку) просит 75 тысяч рублей.

Оклад членам редакции не требуется. Так как на начальном этапе участниками проекта «DarumaBlog», являются работники студии «Daruma Audio», то все делается на энтузиазме и личном желании. Оплата потребуется лишь за работу редактора Александра Марфицина. На его услуги директор студии готов тратить 20000 рублей в месяц. В дальнейшем, когда с нами станут сотрудничать внештатные журналисты, мы планируем платить по 50 копеек за знак. Но полноценная система гонораров будет доработана и введена на втором этапе развития «Daruma Blog».

После всего вышесказанного, мы можем показать статьи расходов проекта «Daruma Blog» в таблице 2:

Таблица 2 – Расходы на создание и запуск сайта «DarumaBlog»

| Услуга | Цена | Количество | Итого |
|--------|------|------------|-------|
|--------|------|------------|-------|

---

<sup>55</sup>Там же.

<sup>56</sup>Там же.

|                           |                                  |                          |                  |
|---------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------|
| Домен и хостинг           | 12000 рублей                     | 1                        | 12 тыс. рублей   |
| Услуга                    | Цена                             | Количество               | Итого            |
| Раскрутка сайта           | На базе бренда                   | 0                        | 0 рублей         |
| Регистрация «Daruma Blog» | Входит в стоимость 12 000 рублей | 0                        | 0 рублей         |
| Оклад редактора           | 20 тыс. рублей                   | 1 редактор<br>12 месяцев | 240 тыс. рублей  |
| Гонорар дизайнера         | Логотип: 25 тыс.                 | Единоразово              | 75 тыс. рублей   |
|                           | Макет: 50 тыс.                   |                          |                  |
| Итого:                    |                                  |                          | ~327 тыс. рублей |

В качестве основного источника дохода на начальном этапе будут частные вложения директора студии «DarumaAudio».

Изначально заказчиком не планировалась монетизация данного ресурса, но в перспективе все же были достигнуты договоренности о возможном выстраивании отношений с рекламодателями на договорной основе. На данный момент рассматривается только вариант с нативной рекламой брендов, подходящих по духу студии «Daruma Audio». Рекламодателями могут быть: производители музыкальных инструментов, разработчики программного обеспечения для работы со звуком, организаторы музыкальных мероприятий, музыканты и т.д.

Таким образом, стоимость запуска «DarumaBlog» после исчерпания возможностей платформы Tilda Publishing была оценена нами в 327 тысяч рублей. Источники финансирования искать не будет необходимости. Заказчик рассматривает два способа финансирования проекта: собственные вложения и прибыль от рекламодателей. На первом этапе «DarumaBlog» будет существовать как коллективный блог, но за год мы планируем развить самокупаемый интернет-ресурс саунд-дизайне с расширенным авторским составом, рекламодателями и сформированным читательским кругом. Идея создания блога,

была выбрана исходя из имеющегося бюджета и экономии средств. Так как проект «DarumaBlog» имеет возможность окупать себя не только напрямую с помощью рекламодателей, но и косвенно, привлекая новых клиентов для саунд-студии, то в дальнейшем планируется провести детальный бизнес-план, который сможет максимально оптимизировать работу проекта.

Маркетинговые кампании будут реализованы посредством использования уже имеющихся страничек бренда «Daruma Audio» в социальных сетях и «сарафанного радио». Паблик в социальной сети «ВКонтакте» работает на лояльную аудиторию. В нем много друзей студии, которые обеспечат максимально теплую информационную поддержку. Официальная страница Facebook имеет связь в основном с людьми непосредственно из индустрии звука. В Twitter аналогичная ситуация, как и в Facebook. В мессенджере Telegram на данный момент только набирается аудитория и эта площадка может стать хорошим помощником для создания комьюнити. Помимо этого, мы будем активно работать с партнерами, такими как, студия моушен-дизайна «Моушенграбля», которая так же имеет свою аудиторию, и точно не откажет студии «DarumaAudio» в помощи.

Прямых конкурентов у «DarumaBlog» нет. Косвенно наш проект может конкурировать с блогом «igrozvuk.com», но, как уже говорилось выше, он пишет только о звуке в играх, что значительно сужает тематику публикуемых им материалов.

В данной главе нами была разработана концепция сайта «Daruma Blog», в которую входят тематические направления нашего интернет-ресурса. Также рубрики и смета издания, которые доказывают жизнеспособность проекта и показывают дальнейший путь его развития.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В сети Интернет на сегодняшний день имеется множество разнообразных средств массовой информации, а также интернет-ресурсов. Но, к сожалению, тема звука затрагивается на наименьшем количестве сайтов, не говоря уже о такой узконаправленной теме, как саунд-дизайн. Но, несмотря на это, индустрия звука в нашей стране развивается и с развитием бизнеса, появляется потребность в качественном звуке для своего бренда, продукта, кампании продвижения, рекламного ролика и т.д. Именно поэтому в рамках данной выпускной квалификационной работы был разработан проект интернет-ресурса, который поможет популяризовать сферу саунд-дизайна в нашей стране и показать всем желающим насколько это увлекательно и интересно.

Так как целью данной бакалаврской работы является разработка проекта интернет-ресурса о саунд-дизайне, то, посредством количественного анализа, были изучены сайты, так или иначе затрагивающие на своих страницах тему саунд-дизайна. После чего мы выяснили, что только четыре из 31 найденных нами сайта имеют более 5% материалов, посвященных саунд-дизайну. Остальные 27 сайтов не раскрывают данную тему и предоставляют лишь поверхностную информацию. И это в 2017 году, когда ежедневно появляются десятки новых русскоязычных сайтов.

Во второй главе работы разработана концепция интернет-ресурса «DarumaBlog» о саунд-дизайне, основываясь на методологии И.М. и М.И. Дзялошинских. Были определены следующие миссии информационного сайта «DarumaBlog»:

- *Миссия-предназначение:* «Популяризовать индустрию саунд-дизайна в России».
- *Миссия-ориентация:* «Чтобы индустрия развивалась о ней должны узнать, как можно больше людей».
- *Миссия-стратегическое видение:* «Мы будем предоставлять качественные материалы о различных направлениях саунд-дизайна доступные

широкой массе читателей».

Согласно вышеизложенным миссиям, были сформулированы задачи ресурса:

1. Рассказ о деятельности профессионалов из сферы саунд-дизайна.
2. Рассмотрение последних тенденций в сфере саунд-дизайна; раскрытие основных тематик: «Программное обеспечение» и «Периферийное оборудование».
3. Создание процесса коммуникации между брендом «DarumaAudio» и посетителями сайта.
4. Создание положительного образа бренда «DarumaAudio» как профессионала в сфере саунд-дизайна.
5. Восполнение недостатка информации о саунд-дизайне в русскоязычном интернете.
6. Привлечение новых клиентов для творческой студии звукозаписи «DarumaAudio».

Исходя из данных задач, были разработаны тематические направления, о которых будем говорить на нашем ресурсе:

- Создание у читателей понимания «качественного звучания».
- Обзор программного обеспечения для работы в сфере саунд-дизайна.
- Знакомство читателей с людьми, оказывающими или оказавшими влияние на сферу саунд-дизайна.
- Рассказ о деятельности студии «DarumaAudio».

Помимо этого, во второй главе представлена программа интернет-ресурса «DarumaBlog», а также проработана содержательная и оформительская модели пробной версии сайта «DarumaBlog».

Таким образом, разработанный проект интернет-ресурса «Daruma Blog» полностью готов к тому, чтобы быть реализованным. С помощью проработанного уже имеющегося бренда «DarumaAudio», имеющего положительную репутацию среди клиентов и профессионалов индустрии звука, мы сможем привлечь посетителей на сайт и новых заказчиков для студии.

Благодаря профессиональному подходу к созданию сайта «Daruma Blog» и пониманию индустрии звука в целом, был создан проект, который имеет все шансы стать самым популярным ресурсом о саунд-дизайне в России.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Нормативно-правовая база:

1. О средствах массовой информации: федеральный закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/).

2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/).

3. Конституция Российской Федерации: основной закон от 12.12.1993 (ред. от 21.07.2014) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/).

### Учебная литература, статьи, монографии, диссертации:

4. Filak V. F., Quinn S. Convergent media. An introduction [Text]. – Elsevier/Focal Press, 2005 – Language Arts & Disciplines – 227 p.

5. Gaudenzi, S. The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary [Text]. – A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy. – Goldsmiths (Centre for Cultural Studies), University of London. London, January 2013. – 308 p.

5. Баранова Е.А. Конвергенция СМИ глазами российских журналистов – практиков / Е.А. Баранова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/224>.

6. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика [Текст] / Е. А. Баранова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 272 с.

7. Барлыбаева С. Конвергентная журналистика в новом медиа развитии [Электронный ресурс] / С. Барлыбаева. – Режим доступа:

<http://articlekz.com/node/3284>.

8. Босова, И.А. Миграция традиционных СМИ в цифровую среду: новые формы и способы борьбы за аудиторию [Текст]: сб. ст. Массмедиа в мультимедийной среде / под ред. С.Л. Уразовой. М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 27-34.

9. Бунтасанакул, С. Веб-документалистика: выразительный потенциал мультимедийной среды [Текст] / С. Бунтасанакул // Общество. Среда. Развитие. – 2014. – №3. – С.150–157.

10. Бунтасанакул, С. Звуковая выразительность современной веб-документалистики [Текст] / С. Бунтасанакул // Научные труды SWORLD. – 2013. – Т. 49. – №3. – С. 31-36.

11. Гатов, В. О критическом отношении к модным тенденциям (Журналистика и медиа-конвергенция) [Текст] / В. Гатов // Медиаконвергенция, которая изменила мир? : сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М.С. Корнева. – М., 2014. – С. 28.

12. Дворко, Н.И. Интерактивный документальный фильм как цифровой феномен эпохи [Текст] / Н. И. Дворко // Историческая и социально-образовательная жизнь. – 2014. – №5. – С.300–308.

13. Дворко, Н.И. Интерактивный документальный фильм: творческая интерпретация действительности [Текст] / Н.И. Дворко // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – №10-1. – С. 24-27.

14. Дворко, Н.И. Современный интерактивный документальный фильм: мировой опыт в области теории и практики: сб. ст. Массмедиа в мультимедийной среде [Текст] / под ред. С.Л. Уразовой. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 116-126.

15. Дзялошинский, И.М. Медiateкст: особенности создания и функционирования [Текст] / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. – М. : НИУ - ВШЭ, 2011. – 378 с.

16. Ерофеева, И.В. Игровая форма аксиосферы медiateкста [Текст] / И. В. Ерофеева // Вестник Тюменского государственного университета. – 2009. –

№5. – 270 с.

17. Жаркова, Т.В. Медiateкст в современном коммуникационном пространстве [Электронный ресурс] / Т. В. Жаркова. – Режим доступа: <http://vestnik-rzi.ru/2014/12/2768>.

18. Золотухин, А.А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история — как новые вершины журнализма? [Текст]/ А. А. Золотухина, Ю. Н. Мажарина// Вестник Воронежского государственного университета. – 2015. – №2. – С. 93–96.

19. Интернет-СМИ. Теория и практика[Текст]: учебное пособие для студентов вузов / под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

20. Кастельс, М. Медиабизнес, медиаконвергенция и конвергенция в журналистике [Текст] / М. Кастельс // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: материалы к обучающим семинарам.– Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, Кабинетный ученый, 2011. – С.7-16.

21. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медiateкста [Текст]/ А.Г. Киселев. – М. : Питер, 2011. – 399 с.

22. Короткова Е.Н. Медиапортал как средство создания качественного контента [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.Н. Короткова. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/mediaportal-kak-sredstvo-sozdaniya-kachestvennogo-kontenta.html>.

23. Кузьмина, Н.А. Современный медiateкст [Текст]/ Н. А. Кузьмина. – М. : Флинт Наука, 2013. – 410 с.

24. Кульчицкая, Д.Ю. Мультимедиа и СМИ [Электронный ресурс] / Д. Ю. Кульчицкая. – Режим доступа: <http://jq.isea.ru/classes/pdf.ashx?id=16768&l=1>.

25. Лазутина, Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики [Текст] / Г. В. Лазутина // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – № 6. – С. 14-21.

26. Лащук, О.Р. Редакторская обработка факта как корректное отражение действительности в медiateксте [Текст]/ О. Р. Лащук// Вестник

Московского университета. - 2011. - Т. 11. – № 2. - С. 8-18.

27. Лозовский, Б.Н. Журналистика: краткий словарь[Текст]/ Б. Н. Лозовский // Вектор Бук. – 2004. – 160 с.

28. Лукина, М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика[Текст] / М.М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 350 с.

29. Лукина, М.М. СМИ в пространстве интернета [Текст]/ М. Лукина, И. Фомичева. – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

30. МакКуэйл, Д. Каковы самые серьезные изменения в контенте СМИ? [Электронный ресурс] / Д. МакКуэйл. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/635>.

31. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика[Текст]: материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, Кабинетный ученый, 2011. – 148с.

32. Мирошниченко, А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции [Текст]/ А. Мирошниченко // Медиаконвергенция, которая изменила мир? : сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.– С. 63-74.

33. Растопова, С. С. Автор мультимедийного текста [Текст]/ С. С. Растопова // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2012. – № 13. – С. 100-102.

34. Славкин В.В. Визуализация в журналистском тексте / В.В. Славкин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/2045>.

35. Тимченко, Г. О. Медиаконвергенции, синергии и важности пользовательских сценариев [Текст] / Г. О. Тимченко // Медиаконвергенция, которая изменила мир? : сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.– С. 101-103.

36. Уразова, С.Л. Конвергентная журналистика в цифровой медиасреде[Текст]: методическое пособие / С. Л. Уразова. – М.: Академия

медиаиндустрии, 2010. – 26с.

37. Шергова, К. А. Документальное телекино и Интернет[Текст] / К. А. Шергова// Вестник электронных и печатных СМИ. – 2009. – №12.– С.51-64.

38. Шергова, К. А. Телевизионная документалистика: взаимосвязь жанра и формата [Текст]/ К. А. Шергова// Вестник Московского государственного областного университета, серия «Лингвистика». – 2010. – №1. – С.45-48.

39. Шергова, К.А. Эволюция художественно-выразительных средств экрана в интернет-среде[Текст] / К. А. Шергова // Проблемы современной документалистики: сб. ст. Массмедиа в мультимедийной среде / под ред. С.Л. Уразовой. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – С. 107-115.

40. Шестеркина, Л.П. Базовые подходы к созданию универсального медиатекста в интернет-СМИ [Текст]/ Л. П. Шестеркина, Л. К. Лободенко // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2013. – Т. 10. – №2. – С. 42-46.

41. Шестеркина, Л.П. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ [Текст]/ Л. П. Шестеркина, Л. К. Лободенко // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2014. – Т. 11. – №3. – С. 50-54.

42. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика: учебное пособие [Текст] / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 215 с.