

Нигматуллина Камилла Ренатовна,
кандидат политических наук, доцент
Кафедра периодической печати
Журналистика, очная форма, 3 курс
6 семестр
2016-2017 уч. г.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ТЕКСТ: ОТ ЗАГолоВКА ДО ЛОНГРИДА

Спецсеминар

Цель курса – познакомиться с новейшими примерами создания мультимедийных текстов российскими и зарубежными редакциями, выработать навыки создания текстов на всех уровнях – вербальном, визуальном и техническом, а также понимать особенности «жизненного цикла» мультимедийного текста в сетевом пространстве и продвижения.

Курс знакомит студентов с наиболее востребованными темами и формами представления информации в мультимедийных текстах ведущих редакций в России и за рубежом (преимущественно англоязычные ресурсы). Студенты научатся анализировать композиционную структуру материала, стилистический компонент подготовки «длинного» текста, заголовочный комплекс, верстку элементов материала на разных уровнях сетевого ресурса, технические аспекты создания мультимедийных элементов, особенности организации обратной связи и интерактивного взаимодействия с аудиторией, специфику монетизации контента. В рамках семинара рассматриваются вопросы творческого и технического воплощения авторской идеи, а также специфика индивидуальной и групповой работы над созданием проекта. Изучаются роли членов команды при подготовке коллективного мультимедийного проекта. Рассматриваются особенности поиска и обработки больших данных, а также их визуализации, во взаимосвязи с целью автора мультимедийного проекта. Обзорно изучаются современные технические возможности редакций, с одной стороны, и бесплатные инструменты создания мультимедийных текстов в сети – с другой. В качестве примеров рассматриваются тексты, отмеченные положительными оценками либо со стороны медиакритиков и профессионального сообщества, либо аудитории (набравшие максимальное количество просмотров на ресурсе в течение года).

В результате освоения курса студенты должны не только познакомиться с лучшими образцами современной журналистики, но и овладеть методологией подготовки материала на всех уровнях его реализации – от поиска информации до продвижения конечного продукта в Интернете. Важное место в структуре курса занимает сравнительный анализ подготовки мультимедийных текстов в различных странах (медиасистемах) и для различных аудиторий (универсальных и нишевых). Студент, освоивший курс и подготовивший по нему курсовую работу, способен, с одной стороны, анализировать журналистскую практику различных изданий, а с другой – уметь применять навыки на практике в условиях конкретной конвергентной редакции. Освоение практических навыков также предполагает участие в семинаре приглашенных журналистов-практиков, а также изучение дополнительного материала по теме спецсеминара в рамках онлайн-курсов и вебинаров по совету преподавателя.

План лекций

Тема 1. Современная журналистика в сети: принципы создания и продвижения текстов.

План семинаров

Тема 1. Выбор темы для мультимедийного проекта. Особенности потребностей целевой аудитории как критерий для принятия решения. Анализ тематического разнообразия мультимедийных текстов на российских и зарубежных ресурсах.

Тема 2. Алгоритм решения авторской задачи – в индивидуальной и групповой работе. Организация рабочего времени и пространства.

Тема 3. Планирование будущего композиционного решения проекта – сочетание текстовых и мультимедийных элементов.

Тема 4. Выбор формы организации материала в мультимедийном проекте в зависимости от типа информации и цели сообщения.

Тема 5. Основы использования визуального компонента в мультимедийном тексте – виды иллюстраций. Специфика создания и обработки видеоматериала.

Тема 6. Основы работы с большими данными – поиск и обработка информации. Открытые источники. «Ручная» и компьютерная подготовка информации для дальнейшего использования.

Тема 7. Журналистика больших данных – методика подготовки и анализ творческих решений.

Тема 8. Игровые и развлекательные элементы в мультимедийных текстах – назначение использования, виды и инструменты создания.

Тема 9. Пользовательский контент и взаимодействие с аудиторией в поиске информации для мультимедийного текста – алгоритм и инструменты.

Тема 10. Поддержание мультимедийного проекта после публикации в сети – возможности актуализации.

Тема 11. Продвижение мультимедийного текста в зависимости от типа аудитории и цели сообщения.

Тема 12. Взаимодействие с аудиторией после публикации мультимедийного материала. Социальные эффекты.

Тема 13. Возможности рекламной и иных бизнес-моделей, мультимедийный текст как привлечение инвестиций. Нативная реклама.

Тема 14. Оценка затрат ресурсов, сравнение планируемых и реальных затрат (творческих, технических, финансовых) при подготовке мультимедийного текста. Необходимые компетенции работников и подходы к оплате труда.

Самостоятельная работа в присутствии преподавателя

Занятие 1. Анализ предложенных мультимедийных текстов с точки зрения воплощения замысла и этапов его реализации.

Занятие 2. Анализ предложенных научных публикаций по теме спецсеминара, составление библиографического списка для курсовой работы.

Самостоятельная работа с использованием методических материалов предполагает планирование темы и алгоритма воплощения замысла мультимедийного текста, а также создание мультимедийного текста согласно запланированным темам с использованием предложенного списка инструментов.

Вопросы к зачету

1. Принципы отбора темы для МТ с учетом особенностей аудитории.
2. Принципы планирования работы над материалом в зависимости от количества участников проекта.
3. Принципы организации материала внутри текста и выбор мультимедийных инструментов в зависимости от типа информации.
4. Принципы визуальной организации материала в зависимости от авторского замысла.
5. Специфика технического решения творческих вопросов в зависимости от технических инструментов.
6. Особенности обработки больших данных и их представления в тексте в зависимости от авторского замысла.
7. Взаимодействие с аудиторией на различных этапах подготовки и продвижения мультимедийного текста.
8. Компетенции каждого специалиста – участника команды по подготовке мультимедийного текста в зависимости от его задач.
9. Актуализация и продвижение мультимедийного текста после его публикации.
10. Мультимедийный текст как продукт и источник инвестиций.

Рекомендуемые примерные темы курсовых работ

1. Особенности подготовки мультимедийных текстов в редакции «N».
2. Сравнительный анализ мультимедийных проектов в редакциях общественно-политических СМИ.
3. Особенности аудитории мультимедийных текстов.
4. Специфика организации работы редакции по производству мультимедийных текстов.
5. Особенности продвижения мультимедийных текстов в сети.
6. Региональный опыт осмысления социальных проблем с помощью мультимедийных проектов.
7. Социальные эффекты мультимедийных текстов социально значимой направленности.
8. Вовлечение аудитории в производство мультимедийного текста: технологии и эффекты.
9. Развлекательный компонент мультимедийного текста как добавочная ценность.
10. Технологические аспекты подготовки мультимедийных текстов в крупных и небольших редакциях.
11. Творческая лаборатория журналиста – автора мультимедийных текстов.
12. Журналистика больших данных – творческие и технологические аспекты.
13. Визуализация данных и презентация информации в различных визуальных форматах на примере СМИ.

Текущий контроль (зачет)

Студент обязан посетить не менее 50% занятий. В случае пропуска необходимо подготовить эссе по теме пропущенного занятия не позднее, чем

через неделю после пропуска. Эссе может быть заменено на журналистскую публикацию по теме для информационно-образовательного портала «Первая линия» или тематического блога. Допускается написание не более 7 эссе в семестр.

Текущий контроль (курсовая работа)

Выбор темы происходит в течение первых трех недель занятий. План курсовой работы должен быть предоставлен преподавателю для согласования не позднее чем на 7-м занятии. Список литературы по теме должен быть обсужден не позднее чем на 8-м занятии. Процедура эмпирического исследования обсуждается не позднее чем на 9-м занятии.

Работа с использованием методических материалов предполагает выбор из нескольких заданий: 1) поиск и реферирование научной публикации по выбранной теме исследования; 2) разбор аналитического отчета по предложенной проблематике и написание эссе; 3) проведение контент-анализа по теме исследования. Методическими материалами являются письменные рекомендации преподавателя по выполнению заданий, которые выдаются на первом занятии.

Самостоятельная работа в рамках промежуточной аттестации включает рецензирование курсовой работы другого студента по теме исследования.

Критерии оценки (зачет)

Форма проведения зачета – устная презентация выбранного из списка вопроса. Каждый студент заранее (не позднее чем за неделю до проведения зачет) выбирает вопрос для подготовки. На зачет студент защищает презентацию, отвечает на вопросы группы. Презентация обязательно включает в себя ссылки на научные исследования по теме, журналистские публикации по теме. Время проведения зачета – не менее 10 минут на каждого студента.

Оценка «зачтено» ставится, если студент выполнил все требования по подготовке презентации, ответил на вопросы, посетил более 50% занятий и отработал пропущенные занятия в виде эссе.

Оценка «незачтено» ставится, если студент не выполнил требования по подготовке презентации, заимствовал чужие презентации, не ответил на вопросы, пропустил более 50% занятий или не отработал пропуски.

Критерии оценки (курсовая работа)

Курсовая работа должна быть предоставлена преподавателю не позднее чем за неделю до проведения процедуры защиты. Студент должен успеть внести исправления по итогам рецензирования преподавателем.

Процедура защиты представляет собой краткую презентацию итогов исследования (выступление на 5-7 минут, основная информация о работе вынесена на слайды – не менее 5 штук) и ответы на вопросы группы. Каждому защищающемуся выделяется рецензент из группы, который знакомится с работой заранее (сразу после отправки готового варианта работы преподавателю, но не позднее чем за один день до защиты). Рецензирование студентом – устное, преподаватель готовит письменный отзыв (не более 1 страницы Word).

Оценка за работу выставляется преподавателем предварительно, презентация работы может повысить оценку (но не более чем на 1 балл). Работы,

сданные непосредственно на зачете или сданные во время процедуры второй сдачи зачета без уважительной причины (медицинская справка), допускаются к защите; оценка за такую работу не может быть выше «удовлетворительно».

Оценка *«отлично»* ставится в случае, если тема раскрыта последовательно и логично, отражены основные теории и концепции по данному вопросу, выделен методологический подход и предложена исследовательская гипотеза, проанализирован эмпирический материал в контексте выбранной темы, проанализированы научные публикации по проблеме, изданные в последние 5 лет на русском и иностранных языках, выводы и результаты исследования – оригинальные и самостоятельно выполнены, язык работы в целом соответствует научному стилю, оформление работы содержит незначительные погрешности, работа в целом имеет практическую ценность для аналитической журналистики.

Оценка *«хорошо»* ставится, если в работе содержатся незначительные логические ошибки, результаты эмпирического исследования не имеют серьезной практической ценности, список литературы не содержит актуальных работ за последние 5 лет, язык и оформление работы требуют незначительной доработки.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если нарушена логика исследования, не определен методологический подход, эмпирическая база не является репрезентативной, имеются существенные недоработки в структуре, оформлении и использовании научного стиля, объем цитирования превышает 30% текста.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если работа не закончена, содержит большие фрагменты заимствованных текстов, не раскрыто содержание проблемы, не получены статистически значимые результаты, текст не вычитан и не отредактирован.

Список основной литературы

1. Интернет-СМИ: Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / ред. М. М. Лукина. М., 2013.

Список дополнительной литературы

2. Баранова Е.А. Конвергенция СМИ глазами российских журналистов-практиков // Медиаскоп, 2010. - №4. - URL: <http://www.mediascope.ru/node/224>
3. Вартанова Е. Л. Экономика онлайн-СМИ. // Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. - М., Аспект Пресс, 2003.
4. Горчаков М. Всё-таки, что же такое инфографика? [Электронный ресурс] // Infographer.ru, 14 февраля 2013. URL: <http://infographer.ru/vsyo-taki-chto-zhe-takoe-infografika>
5. Елинер И. Г. Развитие мультимедийной культуры в современном обществе. СПб.: Искусство России, 2010.
6. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – М., 2010.
7. Ивановский А. Алексей Ивановский о том, зачем делать статьи интерактивными / А. Савина // LookAtMe, 10 окт. 2013. – URL: <http://www.lookatme.ru/mag/people/russian-art-directors/196937-art-directors-ivanovsky>

8. Короткова Е.Н. Медиапортал как средство создания качественного контента: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.Н. Короткова. - Москва, 2009.
9. Куприянов А., Лосева Н., Филимонов М. «РИА Новости»: открытое пространство, мультиформатность, мультимедийное планирование // Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам. Сост. С. Балмаева. - Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, Кабинетный ученый, 2011. С. 63-76.
10. Луканина М. С. Текст средств массовой информации и конвергенция // Политическая лингвистика, 2006. - № 20.
11. Мирошниченко А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир? - Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.– С. 63-74
12. Печищев И. М. Мультимедийные инструменты журналиста. Презентация [Электронный ресурс] // Форум Digital Media, Тюмень, 16-17 мая 2014. URL: http://prezi.com/bkul-qsugoy6/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share
13. Пуля В. Мода на «Снегопады»: для кого СМИ создают мультимедийные проекты? // Новый репортер.org, 6 ноября 2013. - URL: <http://newreporter.org/2013/11/06/moda-na-snegopady-dlya-kogo-smi-sozdayut-multimedijnye-proekty>
14. Славкин В. В. Визуализация в журналистском тексте // МедиаТренды, 25 февраля 2011. - №2 (19), С. 8. URL: <http://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/2045/>
15. Черкасова И. Как рассказать мультимедийную историю? // Slideshare.com, 12 окт. 2012. - URL: <http://www.slideshare.net/irinacherkasova/ss-14665223>