



СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ

21.02

Герберт Маршал Маклюэн

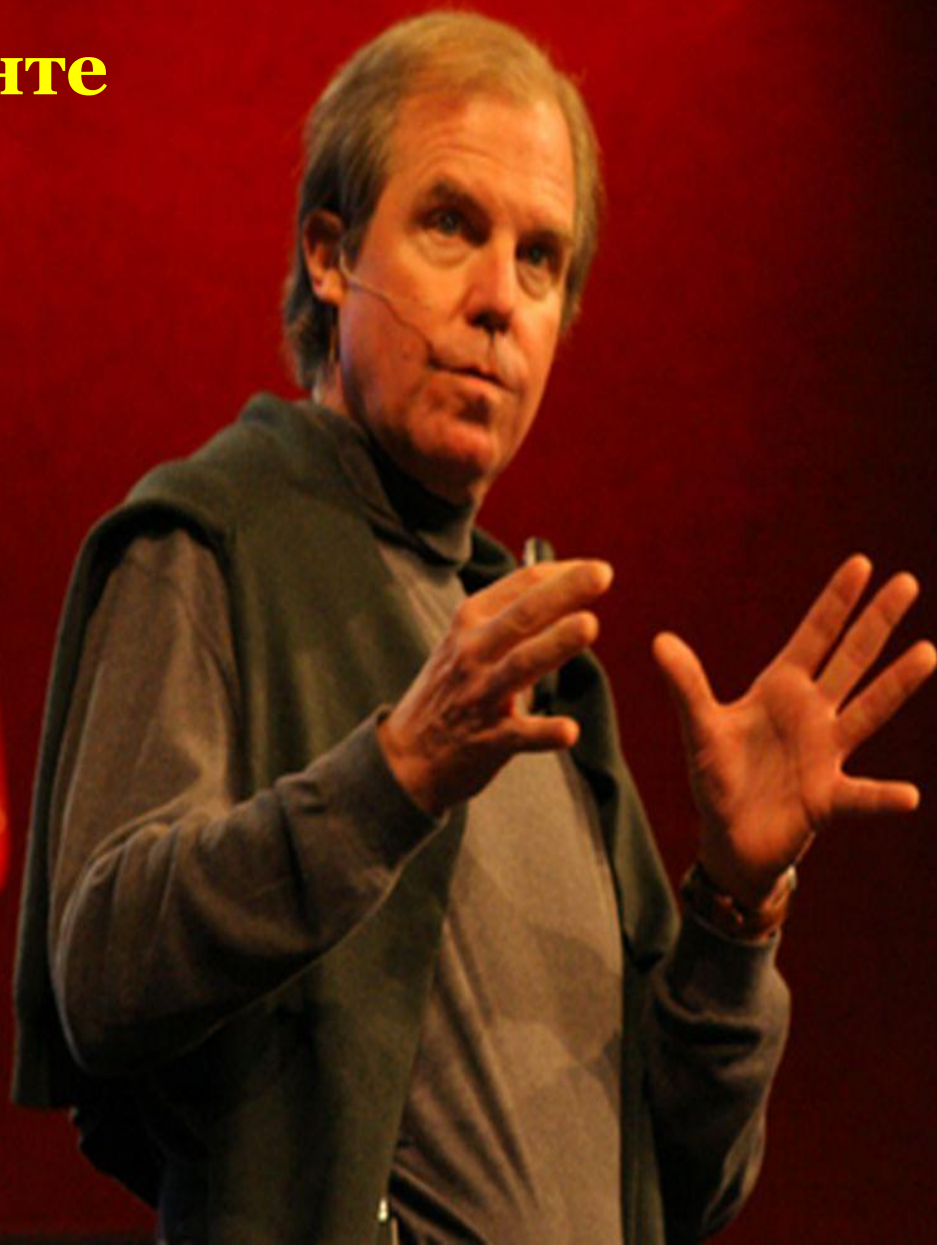


123RF

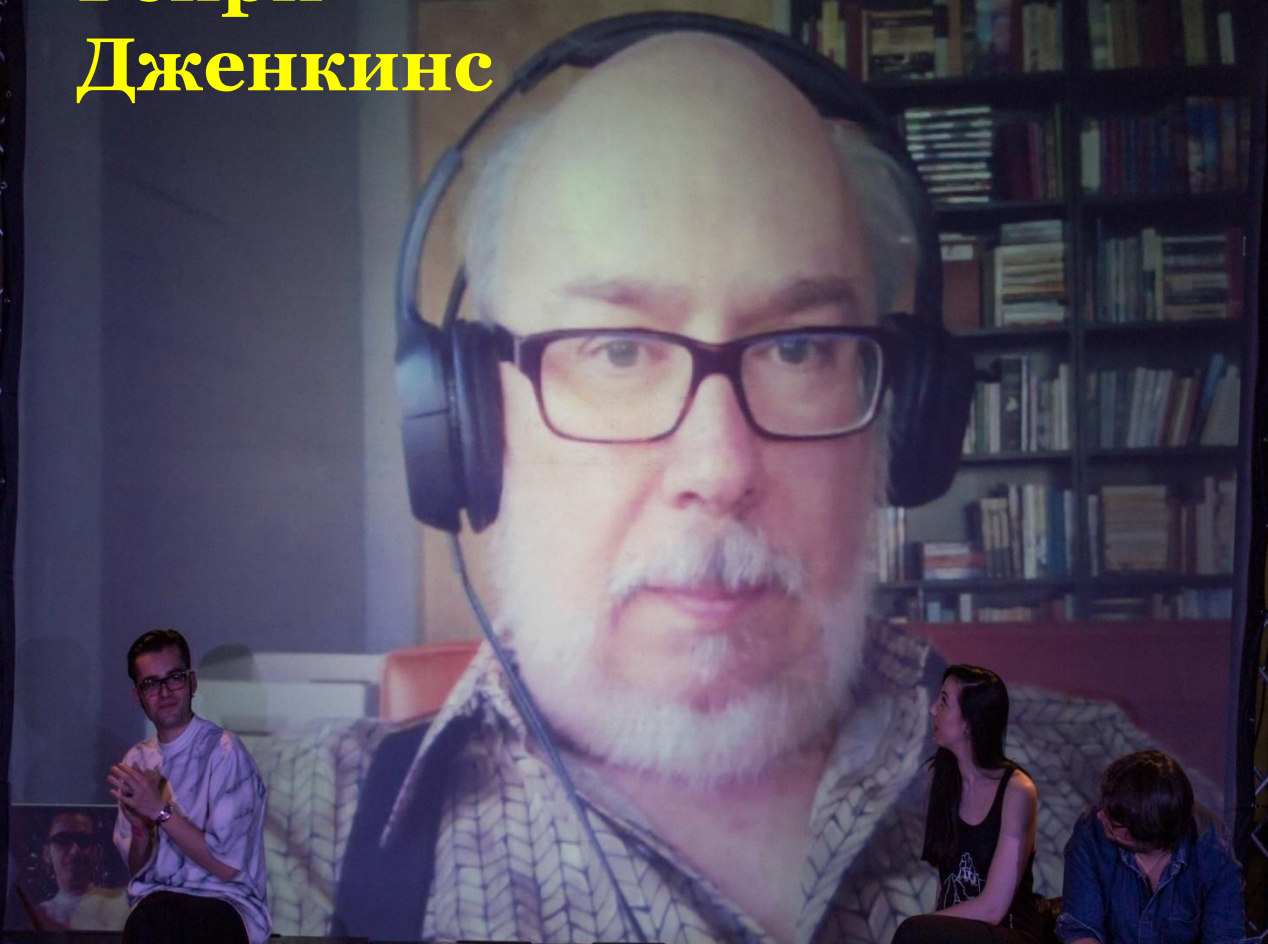


123RF

Николас Негропонте



Генри Дженкинс



Четыре измерения медиаконвергенции Г. Мейкла и Ш. Янга:

технологическое измерение — объединение телекоммуникационных сетей;

производственное измерение — деятельность традиционных СМИ в цифровом медиaprостранстве;

социальное измерение — повышение объема содержания, создаваемого пользователями;

текстуальное — изложение на нескольких медийных платформах информационного сообщения (кино, видео, комикс, игры, фото и пр.).

Классификация медиаконвергенции М. Кастельса:

Технологическая конвергенция –
слияние СМИ в одну систему;

Организационная конвергенция –
появление мультимедийных редакций;

Конвергенция как создание
единого новостного потока в Интернете;

«Умственная» конвергенция –
объединение в наших головах различных каналов
коммуникации (многозадачность).

Классификация медиаконвергенции Е. Вартановой:

Слияние технологий
(в основе – принцип дигитализации)

Слияние разных и разобщенных медиа
(передача одних функций СМИ другим)

Слияние рынков в один общий

Классификация медиаконвергенции М. Шеремета:

Типологическая (сближение разных видов СМИ и СМК)

Технологическая конвергенция характеризуется взаимопроникновением технологий воздействия: манипулятивных, журналистских, публицистических, психологических, PR, рекламных.

Жанровая (появление мультимедийных материалов);

Смысловая (текст функционирует не изолированно, а в отношении к другим предыдущим и последующим текстам);

Факторы, которые привели к появлению конвергентных процессов в СМИ:

Рост доступности технологий:

появление у редакций интернет-версий; профессиональные фотокамеры стали массовыми и пр.

Экономичность:

конвергентные редакции появлялись не в тех СМИ, где требовался улучшенный контент, а там, где не было средств на поддержание издания

Поиск новой аудитории:

издатели начали экспериментировать с выпуском новых продуктов для глубокого вовлечения более молодых возрастных групп (выпуск дополнительного СМИ, акцент на упрощенный контент, освоение дополнительных каналов);

Концепция интернет вещей

1. Продумать название модели вещи;
2. Предложить функциональный перечень (от 10 до 15 услуг);
3. Продумать заранее заготовленные фразы для вступления в диалог с собственником.



Задание: разработать интернет-журнал для E-PAPER и интернет-сайта

- Объем издания: 7 страниц (+ титульный лист издания);
- Проработка рубрик на каждой странице;
- Проработка тематического спектра (какие будут материалы, фото-репортажи, советы, комментарии экспертов и др.)
- Указать блоки под рекламу и определить, какая это будет реклама;
- Будут ли использоваться технологии VR?

+НА ЗАЩИЩУ ПРОЕКТА 3 МИН.

- Придумать название СМИ
- Определить предметно-тематическую направленность;
- Обосновать актуальность;
- Указать целевую аудиторию ;
- Определить тематическую направленность ;
- указать объем рекламы в издании (в %);
- Дополнительные каналы для распространения (что будет помимо e-paper и сайта)?

НАЗВАНИЕ ИЗДАНИЯ

Тема номера 1

Тема номера 2

*На обложке
фото персоны
N*

Рубрика: новости

Новость 1: краткая аннотация
новости ;

Новость 2: краткая аннотация

Блок рекламный

(какая именно реклама? Реклама
чего?)