

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені І. І. МЕЧНИКОВА

С. В. Азєєв

НОВІТНІ МЕДІА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ЗАВДАННЯ
для студентів спеціальності 061 «Журналістика»

ОДЕСА
ОНУ
2020

УДК 681.3.098

Рекомендовано до друку
Вченою радою факультету журналістики, реклами та видавничої справи
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
Протокол № 2 від 13.10.2020 р.

Рецензенти:

О. А. Іванова, доктор наук із соціальних комунікацій, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи;

Г. С. Яроцька, доктор філологічних наук, завідувач кафедри нових медіа та медіадизайну.

Азєєв С. В.

Новітні медіа : Методичні вказівки для здобувачів 4 курсу першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика». Одеса, 2020. 26 с.

Методичні вказівки містять мету та завдання курсу, тематику лекційних та практичних занять, індивідуальні завдання та питання для самоконтролю. З метою полегшення самостійного вивчення дисципліни наведено список рекомендованої літератури.

Методичні вказівки призначені для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм навчання.

© Азєєв С. В., 2020

© Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2020

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	4
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	8
ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ.....	11
ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ.....	13
ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ.....	16
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	18
ГЛОСАРІЙ.....	22

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма вивчення навчальної дисципліни «Новітні медіа» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів напряму «Журналістика».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є інструменти нових медіа для створення крос-медійного журналістського контенту.

Курс «Новітні медіа» пов'язаний із курсами «Технічні засоби виробництва ЗМІ», «Інтернет технології», «Аудіовізуальна журналістика», «Журналістська майстерність», «Дисципліни спеціалізації: тележурналістка» тощо.

Мета і завдання навчальної дисципліни. Формування знання про поняття «новітні медіа», їхні особливості, взаємодію з традиційними медіа; отримання знань про поняття «крос-медіа, конвергента журналістика»; отримання знань щодо світових та локальних тенденцій розвитку ЗМІ, наслідків та перспектив цифрової революції та її впливу на щоденну діяльність журналіста; нових ролях сучасних журналістів; формування навичок створення мультимедійних текстів для крос-медійних платформ.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Новітні медіа» є:

- ☐ ознайомити студентів з поняттям та особливостями «новітніх медіа»;
- ☐ ознайомити студентів з поняттям та особливостями функціонування крос-медійної журналістики;
- ☐ ознайомити студентів з поняттям інтерактивність, гіпертекстуальність;
- ☐ навчити студентів користуватися програмним забезпеченням по створенню відео, аудіо;
- ☐ навчити студентів працювати з базами даних;
- ☐ ознайомити студентів з принципами роботи сучасних редакційних структур;

- ☐ навчити студентів використовувати програмне забезпечення зі створення інфографіки;
- ☐ надати дієві інструменти створення якісного мультимедійного тексту для онлайн-медіа;
- ☐ навчити студентів користуватися крос-медійними інструментами в процесі створення новин, репортажів та інтерв'ю;
- ☐ засвоїти основні методи та прийоми створення мультимедійного тексту, організовувати і планувати підготовку до його створення;
- ☐ засвоїти правила та етичні принципи написання текстів для онлайн-видань.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів наступних компетентностей:

а) *загальних* — *ЗК*:

ЗК01. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

б) *спеціальних (фахових, предметних)* — *СК*:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

Очікувані результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен мати такі результати навчання за нормативним змістом підготовки здобувачів вищої освіти:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин, що становить 3 кредити ЄКТС.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

НОВІТНІ МЕДІА ТА КРОС-МЕДІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА: ІСТОРІЯ ПОНЯТТЯ

Тема 1. Поняття «новітні медіа» в контексті розвитку сучасних ЗМІ

Визначення поняття «новітні медіа». Типи та форми новітніх медіа. Поняття «крос-медійна журналістика»: конвергенція, диджиталізація, інтерактивність. Передумови виникнення крос-медіа в ЗМІ. Мультиплатформність. Основні відмінності традиційних типів медіа від новітніх медіа. Види взаємодії традиційних типів медіа з новітніми медіа. Основні аспекти модернізованого існування традиційних ЗМІ в диджиталізованому світі: телебачення, радіо, друковані ЗМІ.

Тема 2. Крос-медійна редакція як новий тип медійної бізнес-моделі

Історія поняття «крос-медіа». Використання терміну в суспільних та точних науках. Конвергенція журналістських жанрів. Крос-медійна редакція: особливості та умови розвитку. Специфіка розвитку регіональних медіа в умовах технологічного буму. Методи створення журналістських текстів в умовах розвитку інформаційних технологій. Поєднання картинки та звуку. Поєднання відео та тексту. Особливості використання різних типів передачі контенту в крос-медійній історії. Нові типи редакцій та їх перспективи розвитку: світовий досвід, досвід національних медіа, досвід регіональних ЗМІ. Об'єднана редакція. Інтегрована редакція. Мультиплатформна редакція.

Тема 3. Інструменти пошуку інформації просування контенту

Агрегація контенту. RSS-розсилки як новий спосіб розповсюдження контенту. Використання новітніх технологій для розповсюдження мультимедійного контенту. Принципи роботи пошуковиків: Google, Yandex, Yahoo, Mail.ru, Bing. Бази даних: специфіка роботи з відкритими джерелами інформації. Методи збирання та розповсюдження великих масивів даних. Мультимедійні інструменти для роботи з базами даних. Соціальні мережі як

інструмент просування контенту. Google-сервіси. Використання Facebook для пошуку інформації та просування журналістського контенту.

КРОС-МЕДІЙНІ ЖАНРИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ НОВІТНІХ МЕДІА

Тема 4. Нові ролі журналістів в сучасному інформаційному середовищі

Передумови виникнення нових ролей журналістів. Трансформація традиційних ролей сучасного журналіста: від класичного кореспондента до крос-медійного редактора. Поняття «універсальний журналіст». Нові ролі журналістів в інтернет-медіа. Редактор-агрегатор. Мобільний журналіст. Мультимедіа-продюсер. Етичні засади роботи журналіста в сучасних умовах розвитку інформаційних технологій.

Тема 5. Особливості використання мультимедіа в структурі журналістських жанрів

Поняття «крос-медійний текст». Складники крос-медійного тексту: особливості використання тексту в крос-медійній історії. Основні графічні файли та робота з ними. Статична графіка. Застосування звукового формату. Подкастинг. Аудіопідкаст як новий складник текстової публікації. Відеоподкаст, відеохостинг. Специфіка використання відео. Стрімінг. Головні правила якісної відеозйомки. Основні розширення аудіо- та відеофайлів. Крос-медійна новина. Крос-медійний репортаж. Крос-медійне інтерв'ю. Блоги як новий жанр журналістики. Крос-медійна історія як новий тип жанру в контексті розвитку крос-медіа. Синтетичні журналістські жанри.

Тема 6. Онлайн-ресурси для створення крос-медійних текстів

Крос-медійні засоби візуалізації контенту. Онлайн-інструменти для створення аудіо та відеопідкастів. Інфографіка, її можливості та функції. Програми для створення інфографіки. Програми для роботи з великими

масивами даних. Онлайн-ресурси зі створення карт. Інтеграція крос-медійних інструментів в журналістський текст.

Тема 7. Трансмедійний сторітелінг

Сутність поняття «мультимедійне мислення». Сторітелінг як новітнє явище в медійному просторі: сучасні правила й підходи. Мультимедійний текст. Журналістика довгих форм і поява формату лонгріда. Поняття лонгріда. Історія виникнення лонгріда. Лонгрід: визначення і базові характеристики. Відмінні риси лонгріду та мультимедійної історії. Види лонгрідів. Особливості створення лонгріду «Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek» та подібних за форматом історій. Онлайн-сервіси для створення лонгрідів. Трансмедійний сторітелінг.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Поняття «новітні медіа».
2. Типи та форми нових медіа.
3. Поняття «крос-медіа».
4. Крос-медійна журналістика: конвергенція, диджиталізація, інтерактивність.
5. Передумови виникнення крос-медіа в ЗМІ.
6. Поняття «універсальний журналіст».
7. Нові ролі журналістів в крос-медійній дійсності.
8. Крос-медійна редакція (об'єднана редакція, інтегрована редакція, мультиплатформна редакція).
9. Використання новітніх технологій для розповсюдження мультимедійного контенту.
10. Основні відмінності традиційних типів медіа від новітніх медіа.
11. Взаємовідношення традиційних та новітніх медіа в сучасному диджиталізованому світі.
12. Особливості функціонування телебачення в світлі новітніх технологій.
13. Сучасні процеси та шляхи ефірної трансляції телевізійних програм.
14. Новітні телевізійні стандарти.
15. Новітні телевізійні формати.
16. Основні характеристики сучасних екранних технічних засобів ЗМІ.
17. Особливості функціонування радіо в світлі новітніх технологій.
18. Особливості функціонування друкованих ЗМІ в світлі новітніх технологій.
19. Сучасні новітні технології у фотожурналістиці.
20. Мобільні пристрої в роботі журналіста.
21. Сучасні формати аудіовізуального контенту: скомпресовані та несконпресовані.
22. Сучасні носії для запису та передачі цифрового контенту.
23. Інтернет як основний чинник зародження нових форм передачі інформації.

24. Використання загальнодоступних відео- та аудіосервісів.
25. Пошук інформації. Пошукові системи. Оптимізація пошуку.
26. Подкасти як альтернатива радіо- і телемовленню.
27. Хостинги.
28. Види телебачення в інтернеті.
29. Інтернет-телеканали. IPTV-канали.
30. Новітні можливості для спілкування в соціальних медіа.
31. Соціальні мережі як новітній комунікаційний засіб.
32. Учасники сучасних соціальних медіа.
33. Специфіка та контент різних соціальних мереж.
34. Переваги та недоліки різних соціальних мереж.
35. Стратегії досягнення популярності в соціальних мережах.
36. Специфіка роботи з соціальними мережами в журналістиці.
37. Специфіка блогу як платформи для журналіста.
38. Види блогів.
39. Інфографіка як сучасний засіб візуалізації даних у журналістиці.
40. Класифікація засобів інфографіки.
41. Сучасні онлайн платформи для створення інфографіки.
42. Візуалізація крос-медійного контенту.
43. Поняття платформи HTML 5.
44. Трансмедійний сторітелінг.
45. Поняття лонгріду.
46. Історія виникнення лонгвідів.
47. Типи лонгвідів.
48. Створення лонгвідів за допомогою онлайн-програм.
49. Синтетичні жанри: аудіослайдшоу, інтерактивна відеоколонка, інтерактивний відеоміст, мультимедійне ток-шоу, мультискрипт, інфографіка.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

1. Розгляньте сторінки запропонованих сайтів і визначте, які формати медіа-повідомлень використані на ньому. Поясніть їхнє технічне влаштування.
2. Розгляньте сторінки запропонованих сайтів і визначте, за допомогою яких засобів забезпечена візуалізація контенту цього інтернет-видання.
3. Прочитайте запропоновані тексти блогових дописів. Запропонуйте мультимедійний супровід до них (не менше трьох форматів).
4. За допомогою онлайнових ресурсів (WordPress.com, Blog.com, Google Blogger тощо) створити власний блог. Наповнити його медійним контентом (не менше трьох форматів).
5. Розгляньте запропоновані скріншоти онлайнових ресурсів і спробуйте розібратися, наскільки вдало у цих медіа-повідомленнях поєднані різні формати. Поясніть свою думку.
6. Прочитайте рецензію на популярний фільм. Подумайте та розкажіть детально, як можна подати її, використавши сучасні мультимедійні засоби.
7. Розгляньте приклади інфографіки. Поясніть, чим виправданий вибір саме цього формату, як технічно влаштовано ці матеріали. Спробуйте визначити, якими програмними ресурсами вони створені (оффлайновими чи онлайновими додатками).
8. Розгляньте сторінки запропонованих сайтів і скажіть, як організовані фотоматеріали на цих веб-сторінках, як це працює.
9. Прочитайте запропонований текст повідомлення і запропонуйте мультимедійний супровід, зважаючи на порушену в ньому тему. Відповідь обґрунтуйте.
10. Розгляньте сторінки запропонованих сайтів і визначте, наскільки мультимедійне влаштування їхніх головних сторінок є типовим для

сучасного інтернет-видання. Що можна було б на них удосконалити? Відповідь обґрунтувати.

11. Прочитайте текст повідомлення і запропонуйте концепцію мультимедійного матеріалу для інтернет-ЗМІ на основі згаданого в ньому інформаційного приводу.
12. Створіть концепцію інфографіки для інтернет-видання, в якій розкривалась би інформація, викладена в запропонованому тексті.
13. Створіть детальну концепцію мультимедійного матеріалу зі слайд-шоу на основі фактів, згаданих у запропонованому повідомленні.
14. Створіть детальну концепцію мультимедійного матеріалу з фотогалереєю на тему, порушену в запропонованому повідомленні.
15. Розгляньте сторінки запропонованих сайтів і поясніть, за допомогою яких технологій на цих веб-сторінках встановлено подкасти.
16. Створіть концепцію матеріалу для інтернет-ЗМІ з аудіоподкастами на основі інформації, викладеної в поданому тексті.
17. Придумайте концепцію матеріалу для інтернет-ЗМІ з відеоподкастом на основі інформації, викладеної в запропонованому тексті.
18. Охарактеризувати подкастинг як новітнє явище сучасного інтернет-простору та як альтернативу радіо й телебаченню. Аналіз підтвердити конкретними прикладами з вказанням інтернет-посилань.
19. Прочитайте текст повідомлення, запропонуйте концепцію матеріалу для інтернет-ЗМІ в жанрі лонгріда на основі згаданого в ньому інформаційного приводу.
20. Прочитайте запропоновану аналітичну статтю. Подумайте та спробуйте детально описати, як можна подати її, використавши мультимедійні засоби.

21. Придумайте на основі запропонованої теми концепцію матеріалу для інтернет-ЗМІ зі стрімом і скріншотами з соцмереж.
22. Подивіться на скріншот сторінки онлайн видання та скажіть, як можна пояснити рішення застосувати в наведеній публікації фото, стилізованого під малюнок.
23. Розгляньте інтернет-сторінки одеських медіакомпаній та спробуйте визначити, як на їхніх теренах співіснують риси класичних медіа та крос-медійні тенденції.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

1. Провівши власне дослідження, визначити переваги та недоліки кожного з видів сучасного телебачення: аналогового кабельного, цифрового кабельного, аналогового ефірного та цифрового ефірного у порівняльному ключі. Врахувати при цьому морально-психологічний та технологічний аспекти. Навести конкретні приклади.
2. Провести порівняльний моніторинг інформаційних програм двох центральних вітчизняних телекомпаній з метою визначення того, яке місце мають сучасні новітні технології у двох аспектах: 1) виробництві телепрограм; 2) процесі трансляції телеефіру.
3. Кожен студент отримує низку кліпів, яка є нарізкою однієї з дипломних робіт минулих років, виконаних у форматі телевізійної програми. Ретельно опрацювавши надану підбірку, спробувати визначити, якій темі була присвячена ця дипломна робота. На основі опрацьованих медіаматеріалів, виробити власну концепцію дипломного проєкту, який можна було би реалізувати, поєднавши наданий контент та додавши створений власноруч, згідно виробленої концепції. Здійснити виробництво цього дипломного проєкту, використавши технічне оснащення лабораторії крос-медійних технологій та програми Adobe Premier та Adobe Audition. Створені телевізійні дипломні проєкти презентуються публічно під час заняття. Студенти мають вмотивувати вибір концепції та технічне вирішення своїх телефільмів.
4. Надання нового концептуального рівня відеоматеріалові за допомогою відеомонтажу. Завдання полягає в наступному:
 - а) обрати, за своїм смаком, трейлер або тизер відомого фільму;
 - б) переозвучити цей ролик та змонтувати відео, використовуючи як власний записаний та знятий аудіовідеоконтент, так і вже

готовий, зі сторонніх медійних ресурсів, таким чином, щоб від презентував одну з наступних тем:

- «Ми різні, але всі ми рівні»;
- «Змінюватися, щоб жити»;
- «Люди, будьте взаємно красивими»;
- «Краса врятує світ»;
- «За живу планету!»;
- «Герої на вмирають!»;
- «Rock 'n' Roll forever!».

Виконувати роботу можна із застосуванням комп'ютерної техніки та будь-яких сучасних гаджетів, хто які має. Застосовувати можна й комп'ютерні, і мобільні додатки. Необхідно пам'ятати про запис якісного звуку та його мікшування. Завдання розраховане на виконання персонально кожним студентом, а не в команді. Готовий ролик опублікувати на відеохостингові й надати посилання для перевірки.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. *Азеєв С.В.* Трансмедійний сторітелінг як синергія жанрів, цифрового контенту та мультимедійних платформ. *Діалог : Медіастудії*. 2019. Вип. 25. С. 8–17.
2. *Бернерс-Лі Т.* Заснування Павутини : З чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 207 с.
3. *Василик Л.* Крос-медіа як тренд сучасної журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 297–300.
4. *Василик Л.* Трансмедійний сторітелінг: Підручник із крос-медіа / вид. І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn / Germany — Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. С. 27–35.
5. *Вербовий Р.* Інструментарій створення мультимедійного контенту. Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. С. 83–90.
6. Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. 234 с.
7. *Маццишина І.* Відеотекст у мультимедійному контексті. Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. С. 67–75.
8. *Маццишина І.* Структура мультимедійного сторітелінгу (на прикладі лонгріду). Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. С. 149–159.
9. *Пазюк Р.* Мобілографія як інструмент кросмедійної журналістики. Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. С. 125–130.
10. Підручник із крос-медіа / вид. І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn / Germany — Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. 140 с.
11. *Пуля В.* Как создать мультимедийный лонгрид? *Журналист*. 2015. № 2.

С. 44–45.

12. *Рауе П.-Й.* Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / за заг. ред. В. Іванова. К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. 358 с.
13. *Синоруб Г.* Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії як шлях до якісної журналістики. Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. С. 23–32.
14. *Тонкіх І.* Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: Навчальний посібник. 2017. ЗНТУ, Запоріжжя. 130 с.
15. *Хольфельд Р.* Що таке крос-медіа? Підручник із крос-медіа / вид. І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn / Germany — Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. С. 21–23.
16. *Чабаненко М. В.* Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2011. 183 с.
17. *Чабаненко М. В.* Робота журналіста в інтернет-ЗМІ : навч. посіб. Запоріжжя : Просвіта, 2012. 120 с.
18. *Чабаненко М.* Мультимедійність в інтернет-журналістиці: Навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика». 2018 : Просвіта, Запоріжжя. 80 с.
19. *Шевченко В.* Конвергентність як основна ознака сучасних медіа. Крос-медіа : контент технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Шевченко. К., 2017. С. 8–17.

Додаткова

20. *Гол Дж.* Онлайнова журналістика. К. : К.І.С., 2005. 344 с.
21. *Голуб О. П.* Медіакомпас : путівник професійного журналіста. Практичний посібник. К. : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
22. *Городенко Л.* Теорія мережевої комунікації : монографія. К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2012. 387 с.
23. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ

- превращаются в мультимедийные / под ред. А. Качкаевой. М., 2010. 200 с.
24. *Захарченко А. П.* Интернет-медіа : інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту». Тернопіль : Крок, 2014. 198 с.
25. *Кастельс М.* Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. К. : ТОВ «Ваклер», 2007. 304 с.
26. *Кіхтан В.* Інформаційні технології в журналістиці. – Ростов н/Д.: Фенікс, 2004. Серія «Вища освіта». 160 с.
27. *Колесниченко А.* Прикладная журналистика: Учебное пособие. Изд-во Моск. ун-та, Москва, 2008. 180 с.
28. *Крейт Р.* Интернет-журналістика : робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324с.
29. *Мак-Квейл Д.* Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
30. *Потятиник Б. В.* Интернет-журналістика : навч. посіб. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
31. *Репкова Т.* Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе. К.: IREX ПроМедиа/Украина, 2002. 468 с.
32. *Evans E.* Character, Audience Agency and Transmedia Storytelling. *Media, Culture & Society*. 2008. Vol. 30. №2. P. 39–47.
33. *Quinn S. and Filak Vincent F.* Convergent Journalism: An Introduction. 2005. USA : Elsevier.

Електронні інформаційні ресурси:

34. Академия медиа индустрии : веб-сайт. URL : <http://www.ipk.ru/biblioteka/elib> (дата звернення: 28.10.2020).
35. *Левін П.* Профі в епоху digital. 10 основних навичок сучасного журналіста: веб-сайт. URL : <http://medialab.online/news/profi-v-epohu-digital-10-osnovny-h-navy-chok-suchasnogo-zhurnalista/>.
36. «“Лонгрід – це рушниця, що вистрілює декілька разів”, – редактор Focus.ua». EJO : веб-сайт. URL : <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta->

yakist/лонгрід-це-рушниця-що-вистрілює-дек (дата звернення 28.10.2020).

37. *Тужанський Д.* Як написати longread [відео]. Школа журналістики УКУ : веб-сайт. URL: <http://journalism.ucu.edu.ua/program-highlights/3755/> (дата звернення: 04.03.2020).
38. *Фанта І.* Лонгріди можуть залучати на сайт такий самий трафік, як і топові новини. Детектор медіа : веб-сайт. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_ilona_fanta/ (дата звернення: 04.03.2020).
39. Як зробити лонгрід, який дочитають до кінця? WebMaestro : веб-сайт. URL: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/long-read/> (дата звернення 28.10.2020).

ГЛОСАРІЙ

FullHD (повна висока чіткість) — назва роздільної здатності відео 1920x1080.

Vox Pop — опитування населення на певну одну тему, змонтовані коротко й лаконічно.

Адаптивний веб-дизайн (англ. — «responsive web design») — універсальний дизайн веб-сторінок, що забезпечує відображення сайту на всьому спектрі цифрових пристроїв, підключених до Інтернету.

Анімація (фр. «animation» — «пожвавлення») — ілюзія руху зображення, досягнута шляхом дуже швидкого перегляду кількох подібних зображень, у яких послідовно змінені окремі деталі (технологія мультиплікації). В Інтернеті сьогодні вирізняють gif-, flash- і тривимірну комп'ютерну анімацію 3D.

Аудіоблог (англ. «audio blog») — блог, що складається з аудіоподкастів.

Аудіоподкаст (англ. «audio podcast») — подкаст із аудіофайлом (див. Подкаст).

Аудіохостинг (англ. «audio hostings») — веб-ресурс для збереження і програвання аудіофайлів зареєстрованих користувачів.

Блог (від англ. «blog», від «web log», «мережевий журнал чи щоденник подій»): 1) веб-сайт, головним змістом якого є записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються; для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості; 2) певний різновид сайту, що час від часу наповнюється текстом та мультимедійною інформацією, а останні записи блогу (їх прийнято називати постами) відображаються в зворотному хронологічному порядку — найновіші є найостаннішими; 3) віртуальний щоденник, записи в якому доступні широкому колу читачів.

Відеоподкаст (англ. «video podcast») — подкаст із відеофайлом.

Відеохостинг (англ. «video hostings») — веб-ресурс для збереження і програвання відеофайлів зареєстрованих користувачів.

Візуалізація (від лат. «visus» — «зір») — графічне зображення змістового повідомлення, процесу комунікації чи її засобу, виклад події невербальними способами.

Інтершум — це звуковий фон події, є документальним підтвердженням того, що відбувалося під час запису.

Інтернет-радіо — технологія передачі потокових аудіоданих в Інтернеті.

Інфографіка (англ. «infographic») — графічний спосіб подання інформації за допомогою схематичних малюнків, діаграм, графіків, таблиць тощо; в інтернет-журналістиці — новітній жанр.

Кодек — це програмний код, який здійснює декодування зображень, аудіо або інших даних. Зазвичай кодек містить цифровий процес для стиснення закодованих даних.

Конвергенція (від лат. «convergo» — «зближаю») — процес зближення, сходження (у різному сенсі), компромісів; протилежна дивергенції. Конвергенція в медіаіндустрії — процес інтеграції традиційних та нових медіа, який супроводжується дублюванням контенту та / або створенням альтернативних медіа майданчиків.

Крос-медійність (англ. «перехрестя», «вузол») — злиття новітніх технологій та медіаплатформ; будучи тісно пов'язаною із мультимедіа та конвергентністю, крос-медійність отримує ширше значення — відображає концепцію комунікації, що наразі якісно змінюється під впливом цифрових технологій, модифікує філософію комунікації, передбачаючи активний зворотний зв'язок зі споживачем інформації, його співучасть у творенні медійного продукту.

Лонгрід (англ. «long read» — «довге читиво») — різновид інтернет-публікацій, мультимедійна історія великого розміру, з ілюстраціями, відео, аудіо, інтерактивними картами, презентаціями, інтерактивними картинками, цитатами, виносками тощо, побудована на дифузії елементів, структур і платформ.

Метадані — це дані, що характеризують або пояснюють інші дані (інформація про інформацію).

Мультимедійність — поєднання всіх доступних технологічних платформ медіа-інформації: тексту, фотографій, слайдів, відео, аудіо, малюнків, інфографіки, анімації тощо.

Новітні медіа — термін, який наприкінці ХХ століття стали застосовувати для інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту зі споживачами для позначення відмінностей від традиційних медіа, таких як газети. Тобто, цим терміном позначають процес розвитку цифрових, мережевих технологій і комунікацій. Конвергенція та мультимедійні редакції стали буденними елементами нових медіа.

Онлайн-платформа — веб-ресурс, що слугує майданчиком для створення матеріалів із застосуванням певних інтернет-технологій.

Паралакс-скролінг (англ. «parallax» — «паралакс» і «skrolling» — прокручування) — застосування у формуванні інтернет-сторінки ефекту паралаксу, коли скролінг сторінки діє на текст і графічні елементи по-різному: текст рухається, а знімок або відео залишається на місці.

Подкаст (скорочення від англ. «personal on-demand casting», «personal option digital casting», або «iPod» (відомий аудіо-плеєр компанії Apple) плюс «broadcasting» (мовлення)) — по суті, це розміщений на сайті медіа-плеєр із цифровим аудіо або відеофайлом. Спосіб публікації медіа-потоків, зазвичай, у форматі MP3. Технологічно ґрунтується на базі формату RSS/Atom.

Подкастинг (англ. «podcasting») — створення, публікація й поширення подкастів. Технологія подкастингу дозволяє будь-кому записувати свої власні аудіо (відео) передачі і публікувати їх у Всесвітній Мережі. Окрім цього, сучасні медіа також все частіше публікують власні подкасти.

Синхрон — звуковий фрагмент інтерв'ю чи публічного виступу учасника або очевидця події, експерта.

Сторітелінг-технологія — це технологія розповідання історій, яка перетинає усі види медіа: традиційні, нові, цифрові і матеріальні.

Стрім (англ. «stream» — «потік») — пряма безперервна трансляція в Інтернеті, насамперед, відео з місця події; особливість стрімів полягає в тому, що вони можуть тривати кілька годин, запис стає доступним широкій аудиторії відразу і не проходить редагування.

Стрімінг (англ. «streaming») — потокове онлайн-мовлення.

Трансмедійний сторітелінг (англ. «transmedia storytelling») — це феномен в медіа, де історія вже не обмежена єдиною формою медіа, а поширюється на інші медіа. В цьому випадку, кожне окреме медіа є носієм інформації, яка в результаті об'єднання цих медіа стає єдиною великою історією.

Навчальне видання

Азєєв Сергій Володимирович

Новітні медіа

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ЗАВДАННЯ
для студентів спеціальності 061 «Журналістика»

В авторській редакції

Підписано до друку 12.11.2020. Формат 60х90/16.
Обсяг 1,6 ум.-друк. арк. Тираж 100 прим.
Зам. № 042/19

Видавець і виготовлювач
С. Л. Назарук

Україна, 65009, м. Одеса, вул. Фонтанська дорога, 10
Тел.: 050 905 23 77. E-mail: selen_odessa@ukr.net
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7024 від 23.12.2019 р.