



# СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ

21.02

# Герберт Маршал Маклюэн

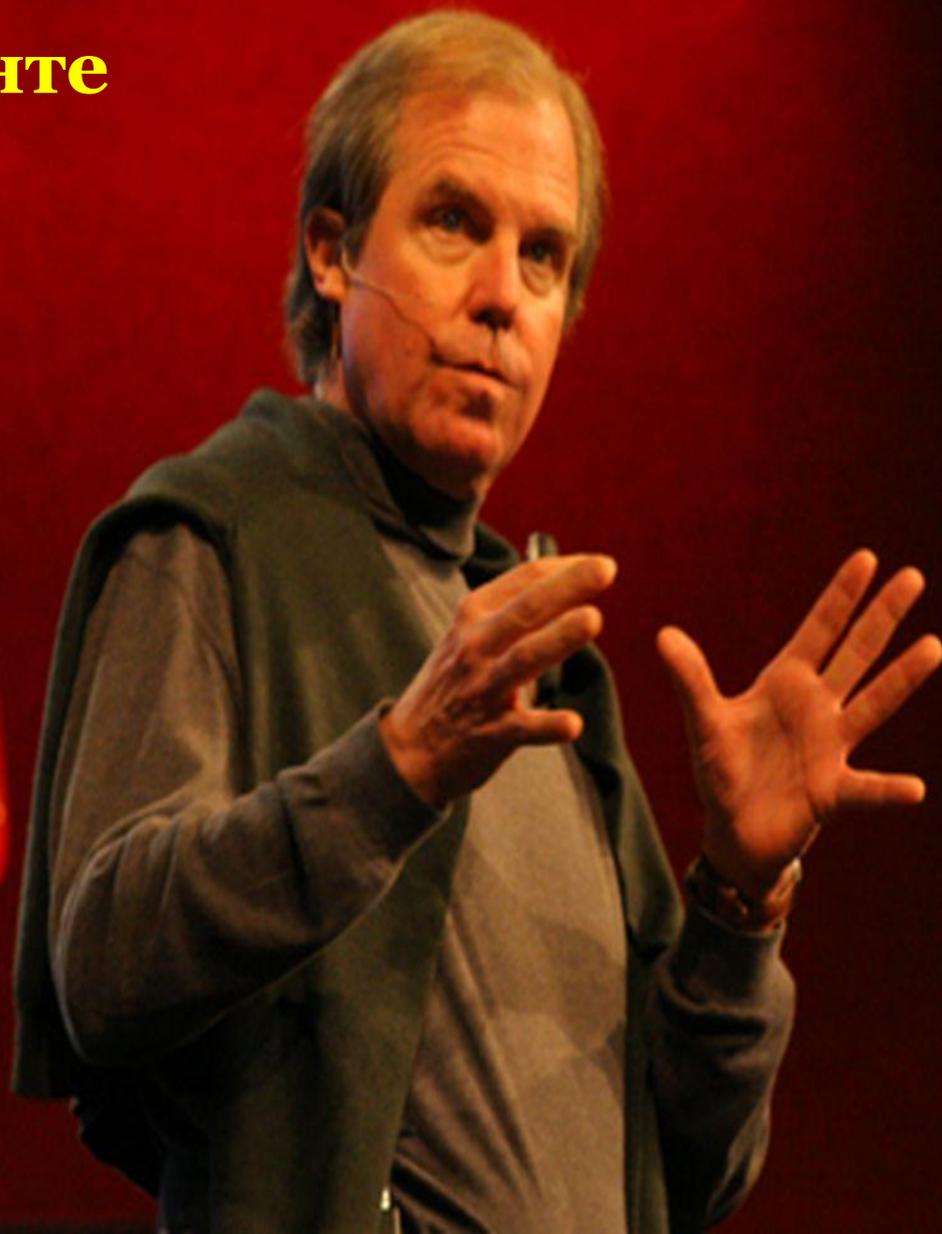


123RF

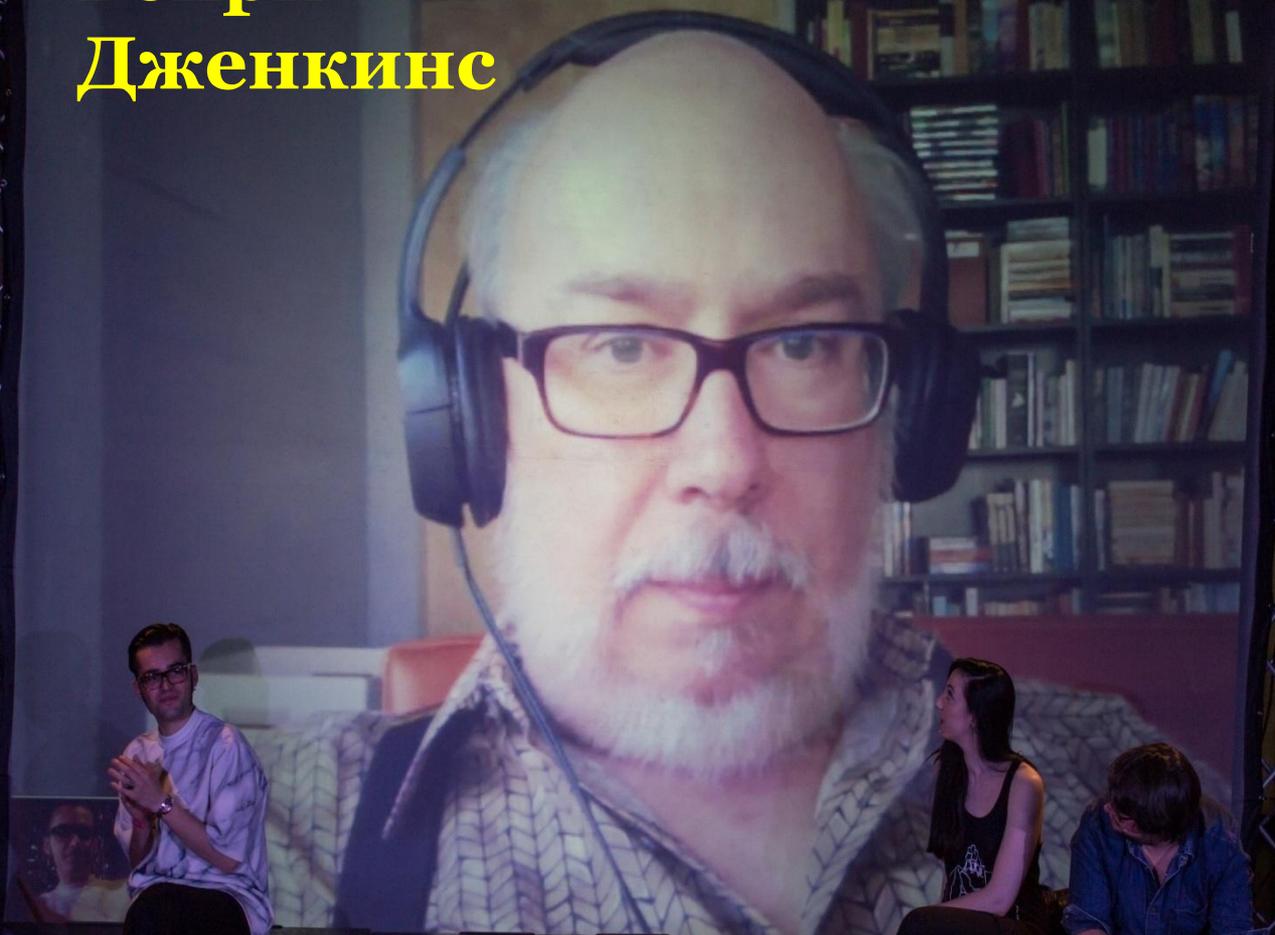


123RF

# Николас Негропonte



# 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?)