

## Программа учебной дисциплины «Цифровые медиа для будущего»

Утверждена

Академическим советом ООП

Протокол № от «\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_ г.

Автор	Качкаева А.Г.
Число кредитов	5
Контактная работа (час.)	76
Самостоятельная работа (час.)	114
Курс	3 курс
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн-курса

### I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Целями освоения дисциплины «Цифровые медиа для будущего» являются:

- Формирование у студентов базовых представлений о политическом, социальном, экономическом аспектах новых цифровых медиа, влиянии цифровой среды на будущее журналистики и других креативных индустрий в процессе цифровизации и медиатизации;
- Знакомство с особенностями перехода на цифру аудиовизуальными медиа, понятиями «цифровое поколение», «цифровая экономика», «цифровой разрыв», медиапотребление в цифровой среде;
- Знакомство с базовыми представлениями о работа журналиста в цифровой среде и функционирования мультимедийной редакции;
- Знакомство с понятием «открытые данные», с областью применения «больших данных» в разных сферах экономики, науки, коммуникаций;
- Знакомство с особенностями «дата-журналистики», особенностями применения данных в аналитической и расследовательской журналистике, специфики и инструментов визуализации данных;

- Формирование представлений о процессе работы в цифровых креативных индустриях (сбор, анализ, структурирование, упаковка информации для подготовки журналистских материалов для разных медиаплатформ; продюсирование и сторителлинг в смежных областях – социальные, просветительские проекты, музейные проекты и проекты онлайн образования и др)
- Формирование базовых представлений о создании информационных и иных текстовых, фото-, аудио- и видеоматериалов в цифровой среде;
- Формирование навыков индивидуальной и групповой работы над мультимедийными материалами и цифровыми проектами .

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:**

- составляющие процесса создания журналистского материала и материалов для других цифровых (не СМИ) площадок: от планирования до публикации на различных носителях, специфику наиболее распространенных форматов представления цифрового контента.

**уметь:**

- искать, проверять, систематизировать информацию по теме, анализировать по заданным критериям результаты своей индивидуальной работы и работы группы, публично представлять результаты своей работы, работать в группе по сформулированной схеме с учетом распределения обязанностей, четко интерпретировать поставленные задачи, использовать соответствующее программное обеспечение для решения поставленных задач

**владеть:**

- навыками в выборе информационных поводов, работы с большими данными, создании журналистского материала в текстовом, фото-, аудио-, видео – и мультимедиа формате, подготовке презентаций и публичном выступлении, работать в группах при подготовке и проведении хакатоне в ограниченно время

Изучение дисциплины «Цифровые медиа для будущего» базируется на следующих дисциплинах:

- Новостная грамотность: новость как объект манипуляции
- Аудиовизуальные коммуникации: история и современность
- Журналистика в мультимедийной среде

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной;
- способен оценивать потребность в ресурсах и планировать их использование при решении задач в профессиональной деятельности;

- способен работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из различных источников, необходимую для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода);
- способен вести исследовательскую деятельность, включая анализ проблем, постановку целей и задач, выделение объекта и предмета исследования, выбор способа и методов исследования, а также оценку его качества;
- способен критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность.

Дисциплины майора учитываются при поступлении на профильные магистратуры.

## II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Философия цифровизации. Вызовы и проблемы.**

Правовой, политический и экономический аспекты. Технология формирования будущего. Оцифровка жизни. Изменение мирового экономического порядка – господство инновационной экономики. «Экономика впечатлений». Гибридные войны и медиатизация конфликтов. Гуманитаризация технологий, конфликтов, деинституализация. Скорость инноваций. Технопрорывы и экосистема медиа. Человек коммуникационный: от массовой к интерперсональной коммуникации

### **Тема 2. Власть коммуникации. Глобальное сетевое общество и сетевое государство.**

**Коммуникации в сетевую эпоху:** от массовой коммуникации к индивидуально массовой (самокоммуникации). Глобальные мультимедийные бизнес-сети. «От гонки вооружений – к гонке отношений». Культурные изменения в глобальном мире. Креативная аудитория

**Тема 3. «Цифровое поколение» и новая социальная ситуация:** цифровая социализация, цифровое гражданство, интерактивная публика. Новый образ жизни и цифровое медиапотребление

**Тема 4. Медиапространство России: телевидение и интернет. Стратегии телерадиокомпаний при переходе на цифру в мире и в России.** Вызовы, угрозы, темпы перехода. «Цифровой разрыв» и особенности перехода на «цифру» в России.

Телерадиовещания России: территория, экономика, способы распространения сигнала, региональное вещание. Мировой опыт цифровизации. Факторы, влияющие на развитие эфирного ТВ. Изменения в телевизионной экосистеме. Принципы распределения частотного ресурса. Федеральная целевая программы перехода на цифру: трудности перехода. Этапы, индустриальные игроки, аудитория. Востребованность телерадиовещания в России. Цифровые конкуренты «наземного» цифрового вещания. Тенденции развития цифрового радиовещания. Проблемы региональных вещателей, «цифровой дивидент».

**Тема 5. «Цифра» в аудиовизуальной индустрии.** Мультимедийность, трансмедиа, сторителлинг – новые стратегии медиакommunikаций. «Анатомия цифровой истории», «цифровое кино» и продюсирование в цифровой среде. Конвергенция и человеческий фактор. Информационное поле и битва за свободное время. Тенденции развития медиа. Архетипы «потребителя»/творца. Умное медиапотребление. Медиапотребление и культура

**Тема 6. (1) Особенности «языка» аудиовизуальной коммуникации и будущее журналистики.** Визуализация & интерактивность. Вовлечение вместо трансляции. Рост объемов контента и его новые форматы. Роботизация журналистики. Мультимедийный репортаж, веб-документалистика и новая жизнь мультимедийных историй (лонгриды/таймлапы/сериалы в формате социальных сетей), объяснительная журналистика, геймификация журналистики и др). «Видео» в он-лайне, «телевидение» фейсбука, инстаграмма и YouTube – новые и старые жанры.

**Тема 6 (2) Дата-журналистика.** «И Открытые данные» и где их искать. Данные и источники. Особенности использования «больших данных» в разных сферах. Хакатоны – что это такое и зачем они нужны гражданам. Реестры для журналистских и гражданских расследований. Инструменты для визуализации и представления данных

**Тема 6 (3). Медиа нового поколения и медиа-арт.** От лонгрида и «оцифрованной классики» в сети до виртуального музея и мультимедийных инсталляций в городском пространстве (мультимедиа выставки, фильмы-комиксы, сетевая литература, синтетический театр, HD трансляции, саунд-арт и т. д.).

**Тема 7. «Цифровизация» в экономике впечатлений: культурные индустрии.** Понятие культурных (креативных) индустрий. «Погружающая» и «вовлекающая»: новая реальность цифровой среды (игровая, виртуальная/дополненная реальность). Оцифровка памяти/цифровая смерть/цифровые ритуалы. Новые профессии в цифровой среде.

**Тема 8. «Полимедиа» и мультиканальные медиа.** «Чувственная» среда и «одушевленные медиа». Смартфон как определяющий девайс современного образа жизни. Социальные сети как один из видов «приложений» на одном девайсе. «Освобождение» авторства и «разные» журналистики.

**Тема 9. Социальные медиа и их аудитория.** Интернет-революция в культурологическом аспекте: изменения моделей сознания, накопления и распространения знаний. Влияние сетей на политику: мифы и реальность. Социальные сети, активизм и онлайн-демократия. Сети и современный город. Самоорганизация и самообразование. Гражданские информационные кампании и НКО, продвижение социальных проектов, импакт-продюсирование и др

**Тема 10. Медиаэкология, медиаобразование, медиаграмотность в цифровую эпоху.** Медиаэкология как направление исследования. Предметное поле: от Маклюэна до Сколари. Некритичность как проблема. Экосистема медиаинформационной грамотности и цифровая грамотность. Роботика

### III. ОЦЕНИВАНИЕ

Итоговая оценка состоит из учета выполненных творческих (в том числе групповых заданий), посещения лекций, работы на семинарах и представления итогового (группового) цифрового проекта

**Формула оценки:**  $O(\text{итог}) = 20\% (\text{лекции/семинары}) + 30\% (\text{выполнение творческих – промежуточных – заданий}) + 50\% (\text{итоговый творческий проект})$

Зачетные задания выполняются как индивидуально, так и по группам

#### Задание 1-2. Медиапотребление семьи

Критерии оценки:

1. Соответствие требованиям описания семьи – см. требования к заданию ниже
2. Форма презентации:  
индивидуальная – в письменном виде (текст до 4000 знаков); групповая (до 5 человек) – сводная, визуализированная (видеи/анимаци/тамфлайн/инфографика).

Совокупная оценка задания - по 10-бальной системе

**Задание 3. Хакатон.** После подготовительной работы с открытыми данными (на лекциях и в группах самостоятельно), выбора темы для хакатона (консультации он-лайн), получения плана проведения хакатона, 20 групп курса (по 4-5 человек) в течение одного учебного дня работают над представлением данных, в конце дня представляют результаты публично. Итоги оцениваются жюри - всеми преподавателями курса.

Критерии оценки:

1. Оригинальность и важность темы
2. Соответствие требованиям к работе с данными: открытие и верифицированные данные (качество используемых данных); корректный отбор данных; постановка проблемы и адекватность иллюстрирования собранными и проанализированными данными
3. Форма презентации: качество и гармоничность визуализации
4. Логика построение проекта

Оценка задания по группам – по 10-бальной системе

**Задание 4. Эссе в формате мини-рецензии**

Критерии оценки:

1. Фильм - как повод оценить изменения и перспективы в современной жизни с точки зрения цифровых оптимистов и цифровых пессимистов (выбор «угла подачи» - пессимист или оптимист – на усмотрение студентов)
2. Помимо «угла подачи», оценивается качество текста – логика, композиция, ясность, аргументация изложения; язык и стиль
3. Объем мини-рецензии – 2,5 страницы

Оценка задания (индивидуальная) – зачет/незачет

**Итоговый цифровой мультимедийный проект (групповой)**

Критерии оценки:

1. Цельность концепции проекта или мини-медиа
2. Оригинальность и важность темы, разнообразие рубрик проекта.
3. Соответствие содержания и исполнения ЦА проекта
4. Демонстрация владения форматами/жанрами, аудиовизуальными средствами выразительности, цифровыми инструментами (в том числе работйю с данными), освоенными на курсах майнооре

5. Соответствие содержания и формы проекта (фильм/лонгрид/подкаст/сайт/сериал и пр.), соответствие выразительных средств «языку» медиума (звук/видео/текст и пр) и особенностями их мультимедийного существования/расширения в цифровой среде.
6. Форма презентации: качество и гармоничность визуализации, логика построение проекта, использованные средства выразительность, язык, стиль
7. Наличие интерактивного элемента в проекте и элементов продвижения (как проект может быть представлен в цифровом пространстве, где, как и с помощью каких маркетинговых инструментов его можно продвинуть)
8. Продюсирование/командная работа/

#### **IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

##### **Задание 1. Медиапотребление моей семьи.**

Понаблюдать за медиапотреблением в семье каждого члена семьи. Результаты наблюдения оформить в виде презентации или инфографики.

**Должны быть представлены:**

- Члены семьи (желательно три поколения – мама - папа/бабушка-дедушка/сестра-брат, проживающие совместно; пол, возраст, социальный статус, место проживания – регион/город/поселок);
- Описание характера/времени/места «контакта» с медиа, фиксация типа медиа, название телеканала/радио/газеты (в том числе социальных сетей)
- Выводы из наблюдения (что можно сказать по медиапотреблению студентов и родных о современных практиках взаимодействия с медиа; существует ли «цифровой разрыв»)

##### **Задание 2. Групповая презентация медиапотребления.**

Подгруппы презентуют совместный проект - медиапотребление 3-4 семей. В любом визуальном формате с использованием (на выбор) анимации, видео, инфографики, таймланов, карт.

##### **Задание 3. Хакатон. Данные – как медиатекст и медиасюжет.**

Цель – в режиме командной работы – дать обзорное представление о видах данных, источниках их появления, ресурсах для размещения; научить искать, фильтровать, очищать данные для дальнейшей работы; дать представление о способах и инструментах визуализации, научить создавать инфографику, визуализированные спецпроекты ( в том числе расследования), рассказывать истории на основе данных. Формат хакатона – помимо работы с данными и их визуализацией - позволяет отработать навыки командной работы студентов разных специальностей, умения соблюдать дедлайны и создавать публичные презентации.

В устоявшихся командах студенты выбирают тему data-журналистского проекта. Самостоятельный поиск темы, проработка материалов и источников, анализ полученных данных, визуализация. Перед днем хакатона студенты работают над спецпроектом в течение 1-2 дней под руководством менторов (консультантов-преподавателей и практиков). В день хакатона команды презентуют проекты

## Задание 4. Эссе

Мини-рецензия на документальный фильм о технологиях, цифровом будущем, цифровой экономике (например, фильм Вернера Херцога «О, интернет!»: Нужно ли бояться технологий? (2016). Фильм в данном случае - повод оценить изменения и перспективы с точки зрения цифровых оптимистов и цифровых пессимистов (выбор «угла подачи» - пессимист или оптимист – на усмотрение студентов).

## Итоговый проект

Студенты в командах, основывая на всех знаниях, полученных за два года майнора, с нуля разрабатывают выбранную тему и представляют результаты работы в виде сайта/специального репортажа/аудиоработы/фильма/анимационного ролика.

## V. РЕСУРСЫ

### V.1 Основная литература

1. Кастельс (Кастеллс), М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс (Кастеллс); Пер. с англ. А. Матвеева; Под ред. В. Харитоновой. – Екатеринбург: У-Фактория: Изд-во гуманитарного ун-та, 2004. – 327 с. – (Сер. "Академический бестселлер") . - ISBN 5-947993-73-2.
2. Хезмондалш, Д., Культурные индустрии / Д. Хезмондалш; Пер. с англ. И. Кушнаревой. – М.: НИУ ВШЭ, 2014. – 454 с. – (Сер. "Исследования культуры") . - НП. - ISBN 978-5-7598-0837-4.
3. Кастельс М. Власть коммуникаций: пер. с англ. Н.М.Тылевич. под науч. Ред. А.И. Черных – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016
4. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М, 2010.
5. Мультимедийная журналистика. Под общей ред. А.Г. Качкаевой, С.А.Шомовой. Серия «Учебники ВШЭ». М.: Изд.дом.ВШЭ, 2017  
[https://id.hse.ru/data/2017/08/23/1174253484/Мультимед.журн.\\_текст\\_сайт.pdf](https://id.hse.ru/data/2017/08/23/1174253484/Мультимед.журн._текст_сайт.pdf)
6. Пособие по журналистике данных. Как использование данных может улучшить качество новостей/коллектив авторов под ред. Грей Д., Чемберс Л., Бонегру Л. . М., 2013
7. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях. А. Качкава, А.Новикова, Р.Юркина и др. Статьи, лекции, интервью, мастер-классы. – [б.м.]: Издательские решения, 2016  
[https://ridero.ru/books/kak\\_ehto\\_delaetsya\\_prodyusirovanie\\_vkreativnyh\\_industriyah/](https://ridero.ru/books/kak_ehto_delaetsya_prodyusirovanie_vkreativnyh_industriyah/)
8. Трансмедиа: модель разборки. Сборник заметок для начинающих продюсеров. Под ред. А. Качкаевой, 2017 [https://ridero.ru/books/transmedia\\_model\\_razborki/](https://ridero.ru/books/transmedia_model_razborki/)

### V.2 Дополнительная литература

1. Брюс Этлинг, Карина Александрия, Джон Келли, Роберт Фарис, Джон Палфри и Урс Гассер. Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете, Исследования Центра Беркмана No. 2010-11, 19 октября 2010: [http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Public\\_Discourse\\_in\\_the\\_Russian\\_Blogosphere-RUSSIAN.pdf](http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Public_Discourse_in_the_Russian_Blogosphere-RUSSIAN.pdf)
1. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Спб., 2004

2. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. Монография. М.: АПК и ППРО, 2012
3. Доктор, Кен. Ньюсономика: двенадцать трендов, которые изменят новости. М., 2013
4. Зверева В. Сетевые разговоры: культурные коммуникации в Рунете, Берген, 2012
5. Землянова, Л. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Издательство МГУ, 2004 .
6. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург, 2016. Электронная версия: <http://newmedia2016.digital-books.ru>
7. Качкаева А. Г., [Кирия И. В. Долгосрочные тенденции развития сектора массовых коммуникаций](#) // Форсайт. 2012. Т. 6. № 4. С. 6-18.
8. Кирия И. Телевидение и интернет Франции на пути к информационному обществу / М.: Изд-во МГУ, 2005.
9. Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. - М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2017
10. К мобильному обществу: утопия и реальность/ Под ред. Я.И. Засурского. М.: Изд-во Моск.ун-та, 2009.
11. Ланир Д. Вы не гаджет. Манифест. М.: Астрель, CORPUS, 2011
12. Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество. М.: Аспект-пресс, 2013
13. Майер-Шенберг В., Кукьер К. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим. М., 2014
14. Путеводитель по вопросам перехода на цифровое вещание /Авторы: К. Нейман – Меткалф, А. Рихтер. Вена, 2010
15. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006
16. Соколова Н. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2009
17. Тросби Д. Экономика и культура. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013
18. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / М.: Аспект-пресс, 2004.
19. Ричард Ф. «Креативный класс: люди, которые меняют будущее»// The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. — Классика-XXI, 2005
20. Цифровизации телерадиовещания: опыт в России и мире. Приложение: Зритель цифровой эпохи. Результаты комплексного исследования «Восприятие цифрового телевидения» населением Мордовии (компания ROMIR, 2007) . Составитель, редактор, автор глав. А. Качкаева. М., 2008
21. Черных А. Медиа и демократия. М.: Университетская книга, 2010.



22. Шомова С.А. От мистерии до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016
23. Negroponte, Nikolas TED Lecture on MediaLab 1986 - [http://www.ted.com/talks/nicholas\\_negroponte\\_in\\_1984\\_makes\\_5\\_predictions.html](http://www.ted.com/talks/nicholas_negroponte_in_1984_makes_5_predictions.html)
24. Negroponte, Nikolas Creating a Culture of Ideas , MIT, 2003 <http://www.technologyreview.com/featured-story/401789/creating-a-culture-of-ideas/>

### V.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
3.	Apple Mac OS	<i>Свободное лицензионное соглашение</i>
4.	Microsoft Office Professional Plus 2016	<i>Свободное лицензионное соглашение</i>
5.	Eset Nod32	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

### V.4 Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>		
1.	TED	URL: <a href="http://ted.com/">http://ted.com/</a>
2.	Работы слушателей МАЙНОРА	URL: <a href="https://electives.hse.ru/2017/minor_media/projects">https://electives.hse.ru/2017/minor_media/projects</a>

### V.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);

– мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПЭВМ, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.