

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине  
STORYTELLING В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКЕ**

Направление подготовки  
Направленность (профиль)

42.04.02 – «Журналистика»  
Интернет-журналистика

Ставрополь, 2026

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....</b>	<b>4</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Цель изучения дисциплины «Storytelling в интернет-журналистике» – способствовать формированию знаний, умений и навыков, направленных на создание мультимедийного журналистского продукта, у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- сформировать представление о формате лонгрида и его будущем в СМИ;
- познакомить с основными этапами создания лонгрида;
- изучить базовые технологии, необходимые для создания лонгрида;
- дать представление об особенностях подготовки контента для лонгрида;
- изучить технологии продвижения контента.

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Storytelling в интернет-журналистике», работы на практических занятиях у обучающихся должны сформироваться следующие компетенции:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	ИД-1 <sub>ПК-2</sub> . Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа.	Подготавливает к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа, свободно использует сторителлинг в соответствии с поставленной задачей.

## ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Практическое занятие 1.

**Тема занятия:** Мультимедийная история в контексте новых медиа.

**Цель:** рассмотреть теоретические аспекты мультимедийной истории

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** знание принципов создания мультимедийной истории – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### Теоретическая часть.

Первым лонгридом принято считать проект New York Times под названием Snowfall («снегопад»), который вышел в 2012 году и был посвящен событиям февраля того года, когда обильные снегопады вызвали лавину в местечке Туннел Крик. Подготовка «Снегопада» заняла у редакции полгода. В результате читатели получили огромный мультимедийный проект из шести частей: общий объем текста превышал сто тысяч знаков, страницы содержали фотографии (отдельные и в виде слайд-шоу), видео, инфографику и обильный виртуальный снегопад по всему экрану. Получился новый формат подачи информации: не бег по заголовкам и чтение по диагонали, а то, что хочется отложить на потом – когда будет побольше времени, чтобы прочесть статью целиком, «от корки до корки».

Постепенно лонгриды взяли на вооружение многие другие мировые СМИ, в том числе русскоязычные. У «Комсомольской правды» появились «Америка заключенных небоскребов» и «Нищета по-европейски», у «Ленты.Ру» – «Первая Мировая. Война, изменившая мировую историю», у «Коммерсанта» – «Земля отчуждения» и «День, когда началась война». Вот тут, например, подобрали «16 лонгридов, которые хочется пересматривать и перечитывать».

Важно понимать, что качественный лонгрид – это не только «много текста и фоток», это еще и интерактивная подача информации. Обратите внимание, что в «Земле отчуждения» в начале страницы мы слышим счетчик Гейгера, а в «Дне, когда началась война» – звук воздушной сирены. По мере пролистывания страницы подгружаются фотографии во весь экран и фотогалереи, включаются и замолкают мелодии и песни, автоматически начинает проигрываться видео. Не обошлось и без накладок: например, на этой карте из лонгрида про войну искажена территория Беларуси – города нарисованы совсем не там, где им положено быть.

Красивый вид лонгридов во многом обеспечивается так называемой параллаксной версткой – когда отдельные элементы (фото, текст, фоновая картинка) движутся с разной скоростью, иногда при этом – в разных направлениях. Вот на этой странице, например, можно наблюдать одно из ярчайших проявлений параллакса: мы скролим страницу вниз, а сайт «ездит» вправо-влево, вверх-вниз, не подчиняясь привычной логике прокрутки.

Со временем это стало приводить к обратному эффекту: любой сайт с параллаксной версткой повалились называть лонгридом, хотя одного лишь параллакса недостаточно. Скажем, прикрытый КУКУ тоже использует параллакс-эффект в верстке, но лонгридами его статьи от этого не становятся. Вот здесь в карточках кратко и понятно расписано, как создавать лонгриды.

Словом, лонгрид – это красиво и интересно, это то, что хочется перечитать и пересмотреть в другой и в третий раз. Но наряду с «красивостями» и «плюшками» у лонгридов есть свои недостатки.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Мультимедийная история как новый формат в интернет-журналистике
2. Мультимедийная история в контексте новых медиа
3. История формата
4. Особенности формата и основные классификации мультимедийной истории

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

### **Практическое занятие 2.**

**Тема занятия:** Мультимедийная история в российской и зарубежной журналистских практиках

**Цель:** проанализировать МИ российских и зарубежных СМИ

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** анализ образцов МИ – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### **Теоретическая часть.**

В широком значении медиатекст – сообщение (это может быть телепередача, рекламное сообщение, статья и пр.), предназначенное для массовой аудитории. Одним из видов медиатекста является мультимедийная история, или лонгрид (от англ. фразы «long read» – «долгое/длительное чтение»). По определению М.М. Лукиной, это «история, рассказанная с помощью нескольких мультимедийных средств, она собрана таким образом, что, с одной стороны, каждая мультимедийная составляющая дополняет и развивает общий рассказ, с другой - недоступность или невозможность воспроизведения одного из элементов не искажает общий смысл сюжета» [1.С.269].

Авторы учебного пособия «Интернет-СМИ: теория и практика» выделяют перечень жанров, которые наиболее часто используются конвергентными редакциями. Данные жанры можно представить в качестве элементов мультимедийной истории, среди них:

статичная иллюстрация, фотогалереи о событии, слайд-шоу, аудио- и видеоиллюстрации; информационные игры – викторины, турниры и flash-игры; трансляция постов и др. В 2012 году The New York Times опубликовал первый мультимедийный лонгрид – проект Snow Fall. С тех пор верстка, структура и сами элементы усовершенствуются с каждым днем.

Включение разнообразных жанров в «тело» мультимедийной истории позволяет рассматривать ее не столько как форму представления материалов. «Атомные» жанры в пространстве текста взаимодействуют, образуют систему, имеющую структурно-семантические связи. Задействование вербального, визуального и аудиального каналов позволяет «автору» создать полифоническую картину мира. Следовательно, мультимедийная история, по нашему мнению, выступает «сверхжанровым», или «наджанровым», образованием, которое ориентировано на адресата, предпочитающего погружение в атмосферу многомерного события, воссозданного журналистами. Цит. по: тезисы Ю.В. Яковенко.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Анализ мультимедийных историй в The Guardian.
2. Анализ мультимедийных историй в ИД «Коммерсантъ»

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

### **Практическое занятие 3.**

**Тема занятия:** сторителлинг в журналистике

**Цель:** проанализировать МИ российских и зарубежных СМИ

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** анализ образцов МИ – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### **Теоретическая часть.**

Сторителлинг (англ. story-история, telling-рассказывать), отличный прием, с помощью которого можно наиболее эффективно донести до людей необходимую информацию. В сторителлинге описанная вами история может быть как подлинной, так и выдуманной. Но в то же время рассказываемая вами история не должна быть оторвана от действительности. Нужно чтобы образ героя, от лица которого будет повествоваться история, был цельным и завершенным.

Сторителлинг используется как способ, который способен захватить и удержать внимание читателя.

Также важно учитывать манеру написания текста. Обилие различных терминов хорошо для научной статьи, но в сторителлинге главным правилом является то, что текст должен быть предельно понятным и захватывающим. Гораздо проще и быстрее будет донести до читателя нужную историю и событие не через сухие факты и различные аргументы, а через историю, которая была бы близка самой аудитории.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие сторителлинг
2. Использование сторителлинга в разных сферах
3. Значение сторителлинга для журналистики

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

### **Практическое занятие 4.**

#### **Тема занятия: Правила журналистского сторителлинга**

**Цель:** проанализировать МИ российских и зарубежных СМИ

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы (семинара), формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** анализ образцов МИ – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### **Теоретическая часть.**

Сторителлинг – это действительно технология, т.е. совокупность принципов, инструментов, методов и операций. И она заключается именно в акте наррации – передачи информации через рассказывание истории и превращения этой истории в нарратив. Нарративная журналистская история предполагает рассмотрение событий в контексте рассказывания о них. Главное здесь – не оценка произошедшего, а его интерпретация. Можно выделить следующие основные компоненты нарративной журналистской истории: Герой (или герои) – человек или организация; Конфликт – драматическая ситуация, в которой находится герой или находятся герои; Контекст – система обстоятельств, в которых оказываются герои и где произошел конфликт; Сюжет – последовательность действий героев; Перемены – ценностные трансформации в жизни героев. По замечанию О.Р. Самарцева, в журналистском тексте может быть рассказана только одна история – о

события, локальном в пространстве и времени. Такую историю называют событийной. Но чаще всего в журналистском тексте рассказывается несколько историй, соединенных между собой с помощью так называемых авторских связок. И каждая единичная история предстает как аспект одной большой истории – уже не события, а ситуации. Поэтому такую историю называют многоаспектной. Раскрытию темы в многоаспектной нарративной журналистской истории способствует последовательная репрезентация журналистских материалов. Как следствие, автор предъясвляет адресату такой продукт, который можно определить как «информационный сериал». Сторителлинг – это стратегия эмоционального вовлечения адресата в организуемый повествовательный акт – наррацию. При этом под эмоциональным вовлечением следует понимать такую драматизацию события, которая вызывает у адресата эмпатию. Как замечает кинорежиссер и педагог А. Митта, в истории, рассказываемой правильно, энергия растет и передается адресату. От рассказчика требуется «вырубить» адресата «из его мира и погрузить в наш». Согласно А. Митте, существуют три этапа сторителлинга, позволяющие эмоционально вовлечь адресата [20]: Первый этап – любопытство. Вся информация необходимо разделить на фрагменты и предлагать ее именно так. При этом в каждом фрагменте содержится вопрос, на который отвечает рассказчик, а в каждом последующем ответе возникает новый вопрос. Контролируя информацию, рассказчик стимулирует любопытство адресата и тем самым поддерживает его внимание к истории. Второй этап – сопереживание. Всех героев, о жизни которых рассказывает история, необходимо сделать понятными адресату. Иными словами, требуется рассказывать о героях так, чтобы адресат обнаружил общие с ними ценности или, наоборот, ценности, отличные от имеющихся у героев. Таким образом из любопытства возникает сопереживание, и оно порождает идентификацию. Третий этап – саспенс. Необходимо вызвать у адресата эмоциональную реакцию на рассказываемую историю. Если адресат сопереживает героям, то возникает саспенс. Данный англоязычный термин («suspense» – букв. «беспокойство», «тревога») был введен американским кинорежиссером Альфредом Хичкоком. Он обозначает именно эмоциональную реакцию адресата, т.е. напряженное ожидание развязки тех обстоятельств, в которых оказались герои. Если рассказчик проигнорировал два предыдущих этапа сторителлинга, то саспенс может и не вызвать адекватную ему реакцию адресата. Поскольку журналистский текст – это, как правило, совокупность нескольких историй, нужно, чтобы они были связаны в гармоничное драматургическое единство.

Цит.по: Миташева М. С., Варакин В. С. Сторителлинг как технологическая основа журналистики (опыт теоретической аргументации) // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 2. – С. 637–641. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/570126.htm>.

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Компоненты нарративной журналистской истории
2. Схемы организации композиционного взаимодействия историй в журналистском тексте
3. Анализ мультимедийных проектов

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1.Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221\(26.02.2023\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221(26.02.2023)).

#### **Дополнительная литература:**

1.Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. -

97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».

2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

### **Практическое занятие 5.**

**Тема занятия:** сторителлинг в мультимедийных и трансмедийных проектах

**Цель:** проанализировать МИ российских и зарубежных СМИ

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** анализ образцов МИ – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### **Теоретическая часть.**

Мультимедийные кадры — это модули истории, очерченные рамкой, вынесенные на подложку, имеющие визуальные и смысловые границы. Режиссер мультимедиа истории оперирует набором кадров, комбинируя, расставляя их на пространстве экрана, выделяя доминанты, стыкуя между собой, определяя ритм повествования.

Понятие «кадр», используемое фотографами, операторами и режиссерами, в мультимедийном сторителлинге так же имеет значение «фрагмент истории», однако, в отличие от фотографии и кино, мультимедийный кадр может быть реализован в виде графики, текста, аудио, интерактивного модуля, комбинации нескольких форматов. Понятие «от склейки до склейки», знакомое и понятное режиссерам, трансформируется в «от рамки до рамки» на экране монитора, причем роль рамки может играть и пробельная строка, и поле вокруг текста.

Мультимедийные планы: дальний, общий, средний, крупный, деталь — относятся не только к фото- и видеозэлементам истории. Текстовый фрагмент, инфографика, аудио тоже могут иметь характеристику крупности. Требуется некоторое усилие, чтобы научиться слышать интэршумы как «общий аудиоплан», а специально подчеркнутые всхлипывания героя — «аудиодеталью».

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Визуальный компонент сторителлинга
2. Планы и кадры
3. Визуальные приемы создания сторителлинга
4. Анализ мультимедийных проекты

#### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

##### **Основная литература:**

1. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221\(26.02.2023\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221(26.02.2023)).

##### **Дополнительная литература:**

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

**Интернет-ресурсы:**

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».

2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

**Практическое занятие 6.**

**Тема занятия:** Технология создания лонгридов: планирование

**Цель:** проанализировать технологии создания лонгридов

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** технологии создания лонгридов – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

**Теоретическая часть.**

1. Возможность рассказать историю

Лонгрид – это, прежде всего, возможность рассказать вашу историю. Истории помогают нам общаться друг с другом, убеждать и вдохновлять. Истории запоминаются нам лучше, чем что-либо, потому что затрагивают наши чувства и эмоции, и именно историями мы чаще всего делимся друг с другом.

Маршалл Ганц, участник многих политических кампаний и активист социальных движений, считает, что истории – это сердце социальных изменений:

У всех социальных движений есть истории, и они очень важны. Участвовать в социальном движении часто значит рисковать, быть неуверенным, идти против большинства. Откуда же брать смелость? Где искать надежду?

Все это можно найти в нарративах, в тех историях, которые рассказывают о жизни людей, их работе, вере, традициях, а лонгриды – один из инструментов, с помощью которых мы можем донести эту важную информацию до большого числа людей.

2. Возможность рассказать историю полностью

Благодаря своей длине лонгриды позволяют рассказать историю полностью, со всеми важными деталями и значимыми подробностями.

Так, лонгрид о новой теории аутизма насчитывает более 7 000 слов не потому, что кто-то смог написать 7 000 слов вместо 700, а потому, что именно столько было необходимо, чтобы хорошо рассказать об этом.

С помощью лонгрида вы можете затрагивать темы, о которых нельзя рассказать коротко, – большие и сложные идеи, истории людей, удивительные и малоизвестные вещи и концепции.

3. Возможность использовать различные мультимедиа

Безусловным преимуществом лонгрида является возможность использовать различные мультимедиа – вы можете добавить к вашему тексту большие качественные фотографии, занимающие весь экран, интерактивную инфографику, фоновые звуки, видеointервью с участниками истории.

Все это не только дополнит вашу историю, но и создаст у читателей чувство вовлеченности и погружения в материал и позволит удерживать их внимание на протяжении всего повествования.

4. Возможность привлечь к истории больше внимания

Еще одним преимуществом лонгридов является более высокий рейтинг в поисковых запросах и большая, по сравнению с обычными материалами, популярность в социальных сетях.

Согласно исследованию первые 10 результатов поисковых запросов, как правило, являются материалами длиннее 2 000 слов, а лонгриды, опубликованные в социальных сетях, получают в среднем больше лайков и репостов, чем небольшие материалы.

Это значит, что больше людей смогут увидеть и прочитать ваш лонгрид.

#### 5. Возможность создать что-то значимое

В эпоху быстрого просмотра статей, большая часть из которых почти также быстро забывается и теряется среди миллионов подобных текстов в Интернете, хорошие лонгриды имеют больше шансов остаться надолго и стать материалами, к которым будут возвращаться и на которые будут ссылаться.

#### Вопросы для обсуждения:

1. Разработка темы и идеи, критерии выбора (актуальность), анализ аналогов.
2. Работа в команде и распределение задач, тайм-менеджмент.
3. Production: анализ главных образов в теме.
4. Построение сценария и создание концепции.

#### Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

##### Основная литература:

1. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

##### Дополнительная литература:

1. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

##### Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

#### Практическое занятие 7.

**Тема занятия:** Технология создания лонгридов: работа с контентом

**Цель:** познакомиться с особенностями работы с контентом

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** технология работы с контентом – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### Теоретическая часть.

Журналисту необходимо владение навыками по сбору и обработке фактического материала. В этой связи наиболее актуальным является умение получить «нужную» информацию. Эта самая «нужная» журналистская информация должна обладать рядом особенностей, традиционный набор которых включает в себя объективность, правдивость, новизну, полноту, достоверность и др. Журналистская информация документальна. В её основе лежит реальный подлинный факт, найденный и оформленный по-своему журналистом. Как пишет М. Н. Ким, «в основе любого журналистского произведения лежат факты – своеобразные кирпичики, из которых выстраивается вся его структура». Поэтому столь важным является сбор фактического материала. Однако не любой факт может стать там самым «кирпичиком», он должен соответствовать ряду определённых условий: представлять общественный интерес, обладать информационной ценностью (быть новостью), быть достоверным, оперативным и полным. Актуальная информация

может быть извлечена из самых различных источников: это события разных сфер, областей жизни: политики, экономики, культуры, производства, быта и т. д. Факт извлекается из документов, отчётов, докладов, стенограмм, объявлений, реклам и даже газет. Следует также отметить, что, используя различные источники информации, важна тщательность и осмотрительность, ведь малейшая фактическая неточность может дискредитировать журналиста. Кроме того, «небрежность в поиске информации ведёт к тому, что журналист может дезинформировать общественность и нанести ущерб репутации людей», в результате чего доверие к журналисту будет подорвано.

Поиск информации – это в какой-то степени наука, ведь каждый журналист вырабатывает свой почерк, технологию работы с источниками информации. Для этого журналисту необходимо представлять действительность как совокупность источников информации и знать их координаты.

В сущности, вся информационная среда делится на три типа источников информации: документ, человек и предметно-вещевая среда.

#### Документальный тип источников информации

Понятие «документа» употребляется сегодня в двух смыслах. Причём один из них более объёмен: документ – это «материальный носитель записи с зафиксированной на нём информацией для передачи её во времени и пространстве», а другой – более узок: «документ – это юридически закреплённая бумага, утверждающая за её владельцем право на что-либо, подтверждающая какой-либо факт».

Говоря о значении документа как информационного источника в журналистике, часто останавливаются своё внимание лишь на узком смысле. Между тем, как пишет Г. В. Лазутина «для журналистики актуальны оба значения слова: «деловая бумага»- лишь одна из многих разновидностей документальных источников информации, попадающих в сферу журналистского внимания в соответствии с целью деятельности».

Информация, которую журналист может извлечь из документальных «информационных кладовых», носит абсолютно разный характер: от законов и решений высших органов власти, от фундаментальных положений известных научных трудов до характеристик и описания мест, людей, событий.

Общение журналиста с документальными источниками информации начинается с их поиска. Сейчас, во время «информационного взрыва» этот вопрос особо актуален. Работа с документами требует высокого уровня документоведческой, библиографической грамотности, широкого представления о типах и видах документов, бытующих в обществе. В журналистике принята следующая классификация документов. По типу деятельности, породившей документ:

1. Государственно-административные;
2. Производственно-административные;
3. Общественно-политические;
4. Научные;
5. Нормативно-технические;
6. Справочно-информационные;
7. Художественные.

Вторая классификация, менее обширная, нежели первая основана на группировке по сферам их обращения. Сюда входят документы:

1. Производственные;(совокупность текстов (в том числе личных: заявления, докладные и объяснительные записки, просьбы), которые обеспечивают информационное обслуживание производственной жизни трудовых коллективов, нужды управления в государственной и производственной сферах)
2. Общественных организаций;

3. Бытовые.(обеспечивает информационное обслуживание людей в быту. представляют собой личную собственность человека (т. е. предъявить или нет документ, определяет только воля его владельца).

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Поиск и сбор информации.
2. Герои истории.
3. Работа с источниками информации.
4. Визуальная эстетика лонгрида.

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1.Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1.Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2.Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

#### **Интернет-ресурсы:**

- 1.<http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
- 2.<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

### **Практическое занятие 8.**

**Тема занятия:** Технология создания лонгридов: продвижение

**Цель:** познакомиться с особенностями продвижения МИ

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** знание технологии продвижения – необходимое условие разработки и создания эффективного медиапродукта.

#### **Теоретическая часть.**

С чего же начинается подготовка проекта продвижения? С выяснения всех аспектов задачи.

В первую очередь вы должны выяснить:

- цели и задачи рекламной кампании;
- сроки проведения;
- бюджет мероприятия;
- возможные изменения отклонения (по бюджету, по срокам);
- регион продвижения;
- описание целевой аудитории.

Схема бюджетирования продвижения сайта

Ну и когда общими усилиями у вас получается в сумме 100% (с учетом 2-3% резервного фонда), можно считать что костяк уже готов.

Теперь, когда у нас есть бюджет на каждый конкретный инструмент продвижения, мы можем легко рассчитать, какого именно эффекта следует ожидать. Например, мы планируем потратить на контекстную рекламу в Директе 100 000 рублей на втором этапе, 150 000 на третьем и 200 000 на четвертом.

При этом, мы помним об особенностях целей на каждом этапе (а значит, и ключевые слова и объявления будут иметь свой вес и стоимость). Примерно зная среднюю стоимость одного перехода в данной тематике (а если не знаем, то всегда можно посмотреть), мы и рассчитываем количество переходов. Например, на втором этапе средняя цена составит 4,5 рублей, на третьем – 7, на четвертом – 5 рублей.

В итоге получаем, что количество переходов за всю рекламную кампанию по Директу составит:  $100000/4,5+150000/7+200000/5=22700+21500+40000=84200$  переходов.

Если с переходами все более-менее понятно, то вот с продажами намного тяжелее. Конверсия посетителя в покупателя зависит от очень многих факторов и может варьировать на порядки: от 0,05% до 5-7%. Определить конверсию можно только изучив конкурентов, или имея опыт и данные по работе в данной тематике в прошлом (поэтому данные по прошлым акциям просто необходимы).

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Презентация, анонсирование проекта.
2. Продвижение проекта.
3. Финансирование проекта: фандрайзинг и краудфандинг.

### **Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме**

#### **Основная литература:**

1.Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

#### **Дополнительная литература:**

1.Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2.Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

#### **Интернет-ресурсы:**

- 1.<http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
- 2.<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

### **Практическое занятие 9.**

**Тема занятия:** Защита авторского проекта

**Цель:** презентация авторского проекта

**Формируемые компетенции:** ПК-2

**Актуальность:** демонстрация знаний при помощи созданного журналистского проекта.

### **Теоретическая часть.**

### Подготовка слайд-шоу

Пишите кратко, емко, тезисно. Не пытайтесь дублировать свой доклад текстом на экране — лучше дополнить словами недостающую информацию, чем пытаться все «впихнуть» в один слайд и заставить зрителя за 30 секунд воспринимать большой объем данных. Презентация должна служить лишь иллюстрацией к вашим словам.

Не увлекайтесь функциональным описанием проекта. Посвятите основную часть бизнес-модели, рынку и конкурентам, финансам. Включите слайд с описанием команды и в конце четко сформулируйте ваше предложение для инвестора.

Для изображения числовых данных используйте инфографику.

Используйте размер шрифта (кегель) не ниже 22. Текст, напечатанный шрифтом меньшего размера, не будет виден зрителям.

Делайте презентацию из качественных графических материалов – если в видеозапись будут включены слайды, для монтажа потребуются изображения в высоком разрешении.

### Внешний вид

Крайне нежелательно одевать на выступление черное, белое, ярко красное, мелкозернистое и полосатое. Все это сильно рябит на видео и отвлекает зрителя от вашего рассказа.

Отключите телефон и всю постороннюю радиоаппаратуру — она не только может отвлечь вас в самый неподходящий момент, но и может генерировать помехи при съемке.

Нежелательно наличие звенящих и блестящих украшений.

### Подготовка к выступлению

Перед выступлением мы рекомендуем показать свою презентацию родным, друзьям или коллегам. При этом не следует стараться заучить выступление наизусть — лучше сконцентрироваться на общении, получить все возможные вопросы. Это лучший способ подготовки к выступлению, и только так можно выработать уверенность «в бою».

Если на мероприятии осуществляется видеосъемка, перед своим выступлением подойдите к режиссеру или администратору съемочной группы. Он покажет, где стоять во время презентации, чтобы не выпадать из света и как правильно держать микрофон, чтобы вас было хорошо слышно на видео.

### Вопросы для обсуждения:

1. Презентация проекта
2. Анализ о оценка созданного медиапродукта.

### Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

#### Основная литература:

1.Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

#### Дополнительная литература:

1.Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2.Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

#### Интернет-ресурсы:

- 1.<http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
- 2.<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ  
УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**«Storytelling в интернет-журналистике»**

Направление подготовки  
Направленность (профиль)

42.04.02 – «Журналистика»  
Интернет-журналистика

Ставрополь, 2026

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение.....	3
2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины.....	3
3. План-график выполнения самостоятельной работы.....	4
4. Методические указания по изучению теоретического материала.....	5
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины).....	6
6. Методические указания по подготовке к экзамену.....	8
7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций.....	9

## 1. Введение

Методические указания к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Storytelling в интернет-журналистике» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика, Магистерская программа – Интернет-журналистика.

Цель **методических рекомендаций к СРС** дисциплины «Storytelling в интернет-журналистике» – способствовать формированию знаний, умений и навыков, направленных на создание мультимедийного журналистского продукта, у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- сформировать представление о формате лонгрида и его будущем в СМИ;
- познакомить с основными этапами создания лонгрида;
- изучить базовые технологии, необходимые для создания лонгрида;
- дать представление об особенностях подготовки контента для лонгрида;
- изучить технологии продвижения контента.

## 2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Storytelling в интернет-журналистике»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Storytelling в интернет-журналистике» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующей компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Storytelling в интернет-журналистике» – научить магистранта осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями, а также привить навыки самостоятельной реализации журналистских проектов.

### Задачи самостоятельной работы:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;
- развить познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;
- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;
- повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение научных публикаций;

- работа с электронными ресурсами в сети Интернет;
- подготовка к практическим занятиям;
- презентация проекта.

### 3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций, индикатора(ов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
<b>3 семестр</b>					
ПК-2 ИД-1 <sub>ПК-2</sub> .	Подготовка к практическим занятиям	устный опрос	21,4	2,6	24
ПК-2 ИД-1 <sub>ПК-2</sub> .	Выполнение творческого задания	устный опрос	21,4	2,6	24
ПК-2 ИД-1 <sub>ПК-2</sub> .	Самостоятельное изучение литературы	устный опрос	21,4	2,6	24
Итого за 3 семестр			64	8	72
Итого			<b>64</b>	<b>8</b>	<b>72</b>

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

### 4. Методические указания по изучению теоретического материала

#### Чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, сделанного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям и лабораторным работам, круглым столам указан в методических рекомендациях к практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

#### Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка

материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

#### Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим и лабораторным работам. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библиотечных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

### **5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)**

Процедура проведения презентации индивидуальных творческих проектов состоит из следующих этапов:

1. Получение темы проекта от преподавателя;
2. Подготовка содержания
3. Подготовка презентации
4. Защита проекта.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции ПК-2. При формулировке темы творческих проектов предполагается, что каждая тема может быть раскрыта как в рамках базового, так и в рамках продвинутого уровней. Главное отличие повышенного уровня состоит в высокой самостоятельности студента, который дает не шаблонное, а творческое решение предложенной задачи, связанной с созданием и развитием сетевого издания.

#### **Критерии оценивания проектов:**

1. Последовательное выполнение предложенных алгоритмов.
2. Выбор и использование методов и приемов.
3. Творческое решение поставленной задачи
4. Анализ процесса и результата.
5. Личное участие

#### **Критерии оценивания итогового проекта – медапродукта:**

1. Содержание. Информационное наполнение.
2. Дизайн.
3. Функциональность.
4. Интерактивность
5. Авторская презентация проекта

### **6. Методические указания по подготовке к экзамену**

Не предусмотрено учебным планом

При подготовке к экзаменам следует ориентироваться в первую очередь на

### **7. Список рекомендуемой литературы**

#### **7.1 Основная литература**

1.Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221>(26.02.2023).

## **7.2 Дополнительная литература:**

1.Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков ; науч. ред. В.С. Хелемендик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>

2.Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. - М.: Директ-Медиа, 2013. - Доступно: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=21035](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=21035)

## **7.3. Интернет-ресурсы:**

– Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru);

– Научная электронная библиотека e-Library – <https://elibrary.ru>;

– «Фолиант» – <http://catalog.ncstu.ru>;

– Издательство «Юрайт» ONLINE» – <http://biblio-online.ru>;

– Электронная библиотека диссертаций РГБ – <http://diss.rsl.ru>;

– Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <http://uisrussia.msu.ru>;

## **Программное обеспечение:**

1.Альт Рабочая станция 10

2.Альт Рабочая станция К

3.Альт «Сервер»

4.Пакет офисных программ - Р7-Офис