

ОКСАНА СИЛАНТЬЕВА

92

МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ФОРМАТА



Оксана Силантьева

92 мультимедийных формата

«Издательские решения»

Силантьева О.

92 мультимедийных формата / О. Силантьева — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-933934-8

Справочник-навигатор по многообразию мультимедийных форматов и сервисов для их создания. Полезное пособие для ежедневной практики авторов, журналистов, блогеров, сторителлеров, редакторов. Студентам и преподавателям факультетов журналистики, PR, школ коммуникации книга поможет выстроить практическое обучение мультимедийному сторителлингу.

ISBN 978-5-44-933934-8

© Силантьева О.
© Издательские решения

Содержание

О чём эта книга?	6
Как осваивать мультимедийные инструменты?	7
Интерактивы	9
Голосование	10
Опрос	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

92 мультимедийных формата

Оксана Силантьева

© Оксана Силантьева, 2018

ISBN 978-5-4493-3934-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Что такое мультимедиа? Существует ли «особый мультимедийный путь»? Как это – «думать по-мультимедийному»?

Если мы возьмём газетный текст и обогатим его фотографиями и вставленными внутрь интерактивными графиками, он сразу станет мультимедийным?

Всё ли, свёрстанное на Тильде, можно автоматически называть мультимедийным?

Чем занимается продюсер мультимедийного проекта?

Сколько человек должно работать в мультимедийной редакции?

Если начать делать мультимедиа, сразу ли увеличится ли трафик на сайт?

Как заработать на мультимедиа?

Ни на один из этих вопросов эта книга не отвечает.

Какую-то часть своих ответов я уже опубликовала в книгах и сборниках. Если любопытно, посмотрите:

- глава «Режиссура мультимедийной истории» в сборнике «Как новые медиа изменили журналистику 2012—2016»

- <http://newmedia2016.digital-books.ru/>

- учебник «Мультимедийная журналистика»

- <https://id.hse.ru/books/208383358.html>

- «9+. Новая концепция для местных масс-медиа»

- «Какие медиа – такое и общество»

- раздел «Как поставить традиционную редакцию на мультимедийные рельсы» в сборнике «Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные»

- материалы по мультимедийному сторителлингу на сайте <http://sila.media/multimedia/>

Другую часть ответов я приберегла для следующих своих книг, тренингов и дистанционных курсов.

О чём эта книга?

Справочник «92» я составляла для тех авторов и редакторов, кого уже не нужно убеждать, что мультимедиа существуют, а мультимедийные форматы расширяют наши возможности рассказывания историй. Эта книга для тех, кто уже пробовал создавать мультимедийные проекты и почувствовал, что текстом и калькулятором история о новых тарифах ЖКХ рассказывается лучше, чем просто текстом. Для тех, кто внутренне принял идею синтеза форматов, комбинирования разных инструментов для создания цельного мультимедийного рассказа.

«92» – это навигатор по разнообразным инструментам, которые мы можем использовать для создания интерактивных историй.

Пока в моей коллекции, которой я делюсь с вами, 92 формата. Отсюда и название книги. Это не конечное число, оно явно вырастет. Комбинируя разные форматы, мы создаём новые. Как-нибудь я расскажу вам историю о том, как идея «интерактивью» 18 лет превращалась из «хотелки» в реально действующий сервис. Но превратилась же. Рано или поздно, так или иначе.

Я воспринимаю эти 92 мультимедийных формата, как своеобразный «набор художника». У живописцев есть разнообразие материалов, типов красок и техник письма. Смешивая их и комбинируя, изобретая «рисование точками» или разбрызгивая краску по холсту, художники ищут форму для своих картин.

У меня есть 92 формата, из которых я собираю мультимедийные проекты. Интерактивные тропы, по которым поведу своего пользователя.

Я комбинирую инструменты, каждый раз задаю себе вопрос: «Какой из этих форматов наилучшим образом выразит мою мысль? Какой из них точнее приведёт пользователя к задуманному мной опыту?».

Чтобы выбирать осмысленно, с каждым из этих инструментов нужно познакомиться. Попробовать на практике. применить в разных проектах, на разных темах. Посмотреть, как аудитория откликается, как себя ведёт. Подождать пару лет, повторить эксперименты. Всем мультимедийным авторам я говорю: «Пробуйте, делайте, экспериментируйте». Нет готовых и однозначно правильных решений. Одну и ту же тему или историю можно развернуть десятком разных мультимедийных способов.

Как осваивать мультимедийные инструменты?

Надеяться на прошлый опыт опасно. У тех авторов, кто переходит в мультимедийные ряды из прессы, сильнее накачаны навыки создания текста. У телевизионщиков – навыки монтажа. Но мультимедиа заставляет переосмысливать предыдущий опыт. Структура текста для Сети не похожа на газетную. Классический телевизионный монтаж при переходе в социальные сети можно откладывать в сторону. Мы учимся заново пользоваться даже вроде бы знакомыми инструментами сторителлинга – текстом, фото, видео, графикой. Попадая в гипертекстовую среду, все они меняются.

Каждый формат в этой книге может выступать самостоятельно, быть ядром материала или легио-деталью более крупного проекта.

Освоив инструменты и принципы их комбинирования, вы сможете создавать бесконечное множество сетевых публикаций. Как музыканты рожают новые мелодии из 7 нот и 88 клавиш рояля.

Хотите освоить мультимедийные форматы? Берите уже опубликованные истории (свои и чужие), перемонтируйте их в мультимедийные. Один, второй, третий раз. В одном формате, во втором, в комбинации восьмого, третьего и шестьдесят седьмого. Открывайте эту книгу наугад, с закрытыми глазами и пробуйте сделать элемент истории в выпавшем вам случайном формате.

Используйте эту книгу как источник вдохновения. В ежедневной жизни нас часто засасывает рутина. Материал за материалом мы воспроизводим одни и те же 3—4 шаблона. Попробуйте одну из десяти своих историй решить с помощью инструментов, собранных в книге «92».

Практически к каждому инструменту я подобрала ссылки на сервисы или инструкции, как создать тот или иной мультимедийный модуль. Если ссылок на странице нет, значит, вопрос решается средствами обычной вёрстки вашего сайта.

Даже небольшого шага достаточно для того, чтобы ваш креативный мультимедийный мозг сказал вам спасибо. Мозг любит новизну, эмоции и новые опыты.

Не расстраивайтесь, если с первого раза мало что получается. Каждый инструмент должен «лечь в руку». Для этого нужна практика, практика, практика. Обсуждения с единомышленниками. Участие в совместных проектах. Соревнования в мультимедийном мастерстве.

Для общения приглашаю вас в группу Силамедиа на фейсбуке:

<http://facebook.com/groups/silamedia/>

Участвуйте в наших Мультимедийных экспедициях и сетевых партнерских проектах:

<http://sdelano.media/networkprovince>

<http://sdelano.media/gold>

Испытайте свои силы в Кубке мультимедийного вызова:

<http://kubok.media>

Рассказывайте о своем опыте, это помогает и другим авторам, осваивающим мультимедиа, и вам самим: <http://sdelano.media/projects>



Оксана Силантьева:

Сейчас я напугаю вас мультимедийным многообразием

Интерактивы

Авторы и редакторы часто забывают, что Сеть – это интерактивная среда. Стоит использовать её возможности чаще. Различные формы взаимодействия, влияния на контент, быстрая обратная связь – преимущества мультимедийного автора.

Выбирая интерактивный инструмент, думайте о своём пользователе. Где, в какой ситуации ваш читатель столкнется с вашей историей? На бегу, в метро, с телефона, за рулём в пробке? Тогда не стоит зашивать в материал тест на 36 вопросов. В четверг, с десктопа на работе? Можно попробовать собрать вопросы для онлайн-конференции.

Очевидность

Любой мультимедийный проект – это баланс содержания и формы. Без хорошей темы, истории, героя любой, даже самый интерактивный, формат теряет ценность.

Голосование

Быстрый, «ленивый» интерактив. От пользователя нужно только нажать на кнопку. Это пользователь так думает. В реальности же его мозг загружен сложной задачей: прочитать все варианты ответов, пропустить их через свой опыт и систему убеждений, выбрать максимально близкий к собственной точке зрения.

Голосования хороши ещё и тем, что пользователи часто возвращаются на тот материал или пост, где оставили свой голос. Им интересно, в какой компании они оказались, победила ли их «команда». Обязательно ставьте точку после окончания голосования – напишите итоговый пост, возьмите комментарии экспертов.

Попробуйте сделать ударное голосование.

<http://bit.ly/92formats001>

<http://bit.ly/92formats002> Poll

Опрос

Вспомните свои эмоции, когда на улице к вам подходила девушка с папкой: «Могу я вам задать несколько вопросов?» Прятались? Скрывались? Пробегали мимо?

Задумывая опрос, спросите себя: «Почему пользователь должен тратить время и силы, чтобы отвечать на мои вопросы?» И даже если вы сформулировали очень убедительный ответ, всегда есть риск, что вас проигнорируют.

Цените время, которое ваш пользователь потратил. Очень обидно, когда ты честно ответил на 30 вопросов, нажал на кнопку «Отправить» ... а там шаблонная дефолтная надпись «Ваши ответы приняты». Продумайте, как поблагодарить участников опроса за их вклад. Например, соберите с них электронные адреса и пообещайте выслать итоговые результаты. Только не забудьте сдержать слово.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.