

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Журналистика»

(наименование кафедры)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Мультимедийный проект «Истории на закуску» (творческая работа)»

Студент

Ю.В. Павлова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Е.Р. Раскатова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой

канд. филол. наук, Н.И. Тараканова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« _____ » 2018 г.

Тольятти 2018

АННОТАЦИЯ

В бакалаврской работе рассматривается процесс создания и реализации собственного авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску».

Актуальность работы обусловлена попыткой на практике реализовать в мультимедийном проекте сторителлинг и инфотейнмент. С их помощью возможно привлечение незаинтересованного сегмента молодежной аудитории к теме кулинарии, а также, ее технологическим, химическим и историческим аспектам. Цель написания бакалаврской работы заключается в создании авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску» и подготовки его к публикации. Эмпирическую базу работы составляют пять выпусков авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску».

Практическая значимость данной работы заключается в возможности использования полученных результатов в творческой деятельности журналистов при разработке и создании мультимедийного проекта.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения. Во введении определяются актуальность, объект, предмет, цели и задачи работы, ее практическая значимость. В первой главе «Выразительные ресурсы мультимедийных проектов» раскрываются теоретические аспекты жанра сторителлинг, рассматриваются элементы мультимедиа, используемые в интернет проектах, определяется понятие «инфомолекула» и «мультимедиа», говорится о приеме инфотейнмента в материалах современных медиа. Во второй главе описаны этапы работы над выпусками мультимедийного проекта «Истории на закуску», представлена концепция проекта, сценарии выпусков и анализ. В заключении делаются выводы по итогам работы. Список использованной литературы включает 81 наименование.

Оглавление

ГЛАВА 1 ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ	10
1.1 Мультимедийность, как качество интернет проектов	10
1.2 Сторителлинг, как жанр мультимедийной журналистики	13
1.3 Инфотейнмент, как метод современных медиа: теоретический аспект..	17
ГЛАВА 2 СОЗДАНИЕ АВТОРСКОГО МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ПРОЕКТА «ИСТОРИИ НА ЗАКУСКУ».....	25
2.1 Концепция авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»	25
2.2 Сценарные разработки выпусков авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»	29
2.3 Анализ выпусков проекта «Истории на закуску».....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	58
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	73
ПРИЛОЖЕНИЕ 4.....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ 5.....	81

ВВЕДЕНИЕ

Одним из проявлений существующих тенденций развития массмедиа является сдвиг в сторону развлекательности. Как отмечает В.В. Познер «Главное не что, а как. Как сделать так, чтобы смотрели?»¹. Решение этой задачи во многом связано с появлением новых форм представления информации, рождением новых форматов, стиранием границ между развлекательными и информационно-аналитическими жанрами. Доказательством, может служить, например, широкое использование инфотейнмента в СМИ. На экранах ТВ и в эфирах радиостанций стал популярен такой формат как шоу. Концепция шоу априори предполагает развлекательную направленность, но это не означает, что оно не может реализовывать такие функции как, информационная или просветительная. В этом симбиозе развлечения и познания и заключается сущность инфотейнмента.

К проектам в развлекательно-познавательном формате можно отнести кулинарные телешоу. Современные проекты данной тематической направленности можно увидеть практически на всех основных телеканалах: «Смак с Иваном Ургантом» на Первом канале, «Большой завтрак» на ТНТ, «Поедем поедим» на НТВ, и др. Однако, подобные телепрограммы не являются самыми популярными. По данным Медиаскопа, (Mediascope, исследование «ТВ Индекс», с 12/03/2018 по 18/03/2018, на территории России, население + 100,000)², 100 наиболее популярных программ среди россиян в возрасте старше 4 лет за неделю встречаются только две программы: «Еда живая и мёртвая» и «Поедем поедим!» соответственно 61 и 92 место. А за неделю с 14/05/2018 – 20/05/2018 только программа «Еда живая и мертвая» занимает 94 место (Mediascope, исследование «ТВ Индекс», с 14/05/2018 – 20/05/2018, на

¹ Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. С. 262.

²Mediascope.netURL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/> (да обращения: 12.04.18).

территории России, население +100,000)³. Главное отличие этого проекта от других, в желании не только поделиться тем или иным рецептом, но и дать информацию о пользе тех или иных блюд и продуктов, их разнообразии, истории. Это свидетельствует о том, что аудитории интересен не только способ приготовления, но и вся информация о блюде и ингредиентах.

В формате кулинарных шоу сегодня создаются не только телевизионные, но и радиопрограммы, а также интернет проекты, чаще всего блоги. За апрель 2018 года основной аудиторией сайтов, посвященным кулинарии, по данным Медиаскопа являются люди в возрасте от 25 до 45 лет, в основном женщины. Например, сайт Журнала «Еда» за апрель 2018 года посетили 537,8 тысяч человек. (По данным Медиаскопа, исследование «ВЕБ Индекс», за месяц апрель 2018 года, на территории России, население 100,000+)⁴, из них 53,2% – пользователи в возрасте с 25 до 45 лет, а 15,4 % составляет молодежь в возрасте 17-24 лет и почти 8% приходится на долю учащихся. Это говорит о том, что молодежь интересуется данной темой в сети Интернет, но в меньшей степени.

Кулинарная тематика обладает не только прагматической направленностью, но и широким тематическим полем. Каждое блюдо имеет историю создания, место происхождения, несет в себе традиции приготовления или потребления. Все это делает кулинарную тематику значительно шире, чем просто рецепт и его описание.

Разработка и создание мультимедийного проекта «Истории на закуску», ориентированного на молодежную аудиторию, и несет в себе как прагматическую составляющую, так и познавательную. Это позволит использовать современные выразительные медиаресурсы, что определяет **актуальность** данной работы.

Объектом исследования является мультимедийные проекты.

³ Там же. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/> (дата обращения 12.04.18)

⁴ Mediascope.net URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/information/> (дата обращения 12.04.18)

Предметом – авторский мультимедийный проект «Истории на закуску».

Цель бакалаврской работы – создание авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску». Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи**:

- 1) обобщить имеющиеся в научной литературе сведения о выразительных ресурсах и жанрах мультимедийных интернет проектов;
- 2) изучить теоретические положения об инфотейнменте, как методе современных медиа;
- 3) разработать концепцию авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»;
- 4) реализовать проект «Истории на закуску» на базе медиахолдинга «Есть talk».
- 5) провести анализ публикаций.

В качестве **теоретико-методологической** базы, использованы работы исследователей мультимедийной интернет-журналистики: М. М. Лукиной, Н. Лосевой, Е. Л. Вартановой, Д.Ю. Кульчицкой и др.; научные публикации описывающие жанр сторителлинга: А. А. Зубрий, Е. Г. Власовой, Н. О. Автаевой, О. В. Тордовой, Е. Рождественской; исследования о таком методе подачи информации в СМИ, как инфотейнмент: А. П. Величко и В. А. Евдокимова.

Для решения поставленных, задач были применены следующие **методы** исследования: метод синтеза, который позволил объединить знания из различных областей науки в единую систему, позволяющую расширить знание о выразительных ресурсах современных медиа, метод моделирования использован при разработке концепции авторского мультимедийного проекта. Кроме того, при работе над мультимедийным проектом были использованы теоретические и эмпирические методы сбора информации, а также фактологические, культурологические и интерпретирующие методы предъявления информации.

Эмпирическую базу работы составляют пять выпусков мультимедийного проекта «Истории на закуску», которые выходили на сайте «Есть talk» в период с 7 февраля по 15 июня.

Практическая значимость данной работы заключается в возможности использования полученных результатов в творческой деятельности журналистов при разработке и создании мультимедийного проекта.

Цели и задачи работы определили ее **структуру**. В первой главе «Выразительные ресурсы мультимедийных проектов» в параграфе «Мультимедийность как качество интернет проектов» рассматриваются элементы мультимедиа, используемые в интернет проектах. Второй параграф первой главы «Сторителлинг как жанр журналистики» посвящен описанию жанровых особенностей при работе со сторителлингом. В третьем параграфе первой главы «Инфотейнмент как метод современных медиа: теоретический аспект» говорится о приеме инфотейнмента в материалах современных медиа. Вторая глава «Создание авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»» состоит из описания концепции проекта в первом параграфе «Концепция авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску», творческого процесса работы над конкретными выпусками проекта во втором параграфе «Сценарные разработки выпусков авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»». В третьем параграфе, производится анализ цикла авторских выпусков программы «Истории на закуску». Заключение работы содержит выводы по проделанной работе, сообщение о ее результатах и возможностях дальнейших исследований и их практической реализации. Прилагается список использованной литературы. В приложении содержатся скриншоты опубликованных материалов мультимедийного проекта «Истории на закуску».

ГЛАВА 1 ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ

1.1 Мультимедийность, как качество интернет проектов

Такие явления как мультимедиа и конвергенция тесно связаны с интернет журналистикой и описывают процессы, происходящие в масс-медиа. Но для того, чтобы понять суть мультимедийности как качества интернет проектов, необходимо понять соотношение между ними. Эту проблему в своих исследованиях отмечают ученые. Так, Кульчицкая Д. Ю. отмечает: «Мало, где в литературе проводится четкая грань между мультимедийностью и конвергенцией. Часто, эти понятия считают практически взаимозаменяемыми, однако на практике оказывается, что ставить знак равенства между ними неправомерно»⁵.

Термин мультимедиа обозначает использование только средств передачи информации аудитории.

«Взаимодействие визуальных и аудиоэффектов под управлением интерактивного программного обеспечения с использованием современных технических и программных средств, объединяются текст, звук, графика, фото, видео в одном цифровом представлении»⁶. Ключевым различием этих понятий является то, что мультимедиа — это скорее медийное наполнение интернет материала, а конвергенция, — это слияние разных форм медиа, но не само наполнение. Е.Л. Варганова считает, что благодаря мультимедиа, средства массовой информации в публикациях на страницах изданий могут одновременно сочетать разные форматы и формы подачи информации, что позволит соединить в одном материале большое количество форматов⁷.

⁵Кульчицкая Д. Ю. Мультимедиа и СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 102

⁶Academic.ru URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/274779> (дата обращения: 13.04.18).

⁷Лосева Н. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: ФОКУС-МЕДИА, 2010. С. 129.

«Конвергенция» — это слияние прежде различных и разобщенных медиа, в результате чего становится трудно определить, о каком же конкретно средстве идет речь»⁸.

Говоря о специфике сетевых СМИ, исследователи М. М. Лукина и И. Д. Фомичева, отмечают, что при их рассмотрении необходимо выделить дополнительные типоформирующие факторы, которые характеризовали бы особенность нового вида СМИ. К ним авторы относят интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность. По мнению Лукиной «Благодаря этим уникальным свойствам, которые предоставляют технологии Интернета, журналисты могут: расширить не только объемы информации, но и ее содержание»⁹.

Исследователь Федоров А. В., говорит о том, что конкретный медиа текст можно проанализировать со стороны его структуры. Анализ производится по следующим критериям:

1. Завязка медиа текста;
2. Логичность завязки;
3. Сюжет медиа текста;
4. Жанр медиа текста;
5. Развязка медиа текста.¹⁰

Исследователь Н. Лосева, предлагает, что существует атомно-молекулярная теория мультимедиа. Она сравнивает движение атома с доставкой информации из интернета в СМИ и новостные агрегаторы, а также сборкой из частиц медийных историй. «Например, одна фотография — условный «инфоатом». Она может быть самостоятельным элементом и рассказать

⁸Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1996. №5. С. 11.

⁹ Лукина М. М., И. Д. Фомичёва СМИ в пространстве Интернета. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. С. 87.

¹⁰Фёдоров А. В. Структурный анализ функционирования медиа в социуме и медиатекстов на занятиях в школе // Школьные технологии. 2012. №3. С. 145-146.

довольно много пользователю. Три или пять фотографий, собранные в слайд-шоу – это уже «инфомолекула», тоже самодостаточная»¹¹.

Н.Лосева выделяет 12 видов «инфомолекул»: статичная иллюстрация, фотолента, фоторепортаж, слайд шоу, карикатура, подкаст, аудиоиллюстрация, аудио версия текста, аудио сюжет, видео иллюстрация, видеосюжет и видео колонка¹².

В зависимости от того, какую форму и стратегию выбрал автор при определении платформы проекта, его составляющих, носителей информации будет зависеть и то, как мультимедийный проект будет выглядеть в итоге. Он может включать в себя фотоматериал, авторский видеосюжет или видеопрограмму, запись радиопрограммы и печатный авторский текст. Таким образом, «инфомолекулы» группируются в проекте создавая неоднородный контент и формируя продукт, нацеленный не только на восприятие той или иной информации, но и эмоциональный отклик. Это в свою очередь позволяет реализовать метод инфотейнмента в конечном продукте.

Исследователь М. П. Лапчик рассматривает последовательность создания мультимедийного проекта:

I этап. Выбор темы и постановка проблемы. Необходимо написать задание для мультимедийного продукта, где указаны его цель и назначение.

II этап. Анализ объекта. Рассматриваются объекты из которых состоит проект¹³.

III этап. Разработка сценария и синтез модели. (сценарий, структура).

IV этап. На этом этапе осуществляется работа над проектом.

V этап Подготовка его реализации. (реализации, в чем заключалась суть работы, какие сложности были.)

VI этап. Реализация готового продукта.

¹¹ Лосева Н. Указ. соч. С. 130.

¹² Там же. С. 130.

¹³ Лапчик М. П. Методика преподавания информатики. М.: Издательский центр «Академия», 2001. С. 382.

Причем то, каким будет готовый проект и как он будет реализован, во многом зависит от взглядов и позиций автора. «В мировоззренческой позиции автора проявляется совокупность принципов, взглядов и убеждений, определяющих направление деятельности журналиста и его отношение к действительности»¹⁴.

Таким образом, перед тем, как приступить к созданию мультимедийного проекта, необходимо четко соблюдать последовательность этапов: выбор темы, разработка проблемы, анализ и т.д. Так же проект должен соответствовать понятию «мультимедийный», а значит содержать в себе не только текст, но и информацию в иных аудиовизуальных формах подачи для аудитории.

1.2 Сторителлинг, как жанр мультимедийной журналистики

Одной из тенденций современной журналистики по праву можно назвать стирание границ жанра. Об этом говорят многие исследователи. Кандидат политических наук Н. О. Автаева, отмечает, что меняется форма подачи материалов и стираются границы жанров. В то же время, жанры художественной публицистики вбирают в себя другие жанры, тем самым укрепляя свое нарративное ядро¹⁵.

Сегодня формат истории в медиасфере все чаще называют сторителлингом. О. А. Фадеева, дает определение сторителлингу: «это информационно-коммуникативная технология, направленная на изменение стереотипов личности или группы людей, представляющая собой создание «истории-мифа», управляющего потребителями и удовлетворяющего их потребности посредством коммуникации. Истории оказывают сильное влияние

¹⁴Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие для вузов. М., 2002. URL: <http://evartist.narod.ru> (дата обращения: 12.05.2018).

¹⁵Автаева Н.О. Жанр сторителлинг в современных региональных СМИ: функциональные и тематические особенности публикаций // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. №4. С. 7.

на поведение людей»¹⁶. Из этой характеристики, следует вывод о том, что жанр сторителлинга направлен на решение социально важной задачи опираясь на порой мифологизированную историю.

Сторителлинг является очень мощным средством воздействия на человека. Это доказал на личном примере Дэвид Армстронг (глава международной компании Armstrong International). Основываясь на методе сторителлинга, он создал целую концепцию по управлению персоналом. Разрабатывая свой метод, Дэвид Армстронг учел известный психологический фактор, об этом рассказывает исследователь А. А. Зубрий: «истории более выразительны, увлекательны, интересны и легче ассоциируются с личным опытом, чем правила или директивы. Они лучше запоминаются, им придают больше значения и их влияние на поведение людей сильнее»¹⁷.

Исследователь Зубрий Анастасия Андреевна, ко всему прочему, выделяет одни из самых важных функций сторителлинга:

1. Коммуникативная функция – повышение эффективности общения.
2. Утилитарная функция – через простое, донести до слушателя сложное.
3. Управленческая функция – вовлечение слушателя в процесс самообразования¹⁸.

Принципиальные задачи сторителлинга реализуются с помощью разных уровней предоставления редакционного контента в общественных медиа. А развитие истории априори лежит в сути самой коммуникации. Об этом говорит теоретик Е. Г. Власова «Развитие истории заложено в самой природе сетевой коммуникации, которая представляет собой саморазвивающуюся

¹⁶Власова Е. Г. Сторителлинг как символическая информационно-коммуникативная технология // Политическая лингвистика. 2015. №4. С. 152.

¹⁷Зубрий А. А. Сторителлинг в электронном обучении // Роль образования в формировании правовой, экономической и социальной культуры. СПб.: 2014. С. 92.

¹⁸Там же. С. 92.

последовательность реплик. Некоторые редакции вполне сознательно используют эту особенность для подготовки редакционных материалов»¹⁹.

Профессор Ульяновского государственного университета О. Р. Самарцев, говоря о сторителлинге, подразумевает особый генеральный жанр или стиль «письма», называемый западными исследователями «featureswriting». «В отличие от стиля или жанра «перевернутая пирамида», называемого «newswriting», он необходим не для приведения фактов, а для раскрытия драматических событий общественной жизни». ²⁰ Следует отметить, что далеко не все исследователи склонны так же думать относительно сторителлинга. Например, О.В. Тордова говорит о том, что сторителлинг не жанр, а стиль. Аргументируя свою позицию, она утверждает, что это особый формат коммуникации автора и аудитории с эффектом развлечения и вовлеченности. При этом, по мнению исследователя главной отличительной чертой сторителлинга сегодня, является добавление эмоций к повествованию автора, что в свою очередь усиливает эффект у аудитории посредством воображения²¹.

Стоит заметить, что в трудах многих исследователей, говорится о том, что материалы, написанные в жанре сторителлинга, отличаются друг от друга, так как могут содержать разные элементы. Об этом пишет Н. О. Автаева: «Композиционно материалы, написанные в жанре сторителлинг, не похожи друг на друга, они могут включать эпизоды, изображающие диалоги, размышления автора, описания условий и обстоятельств жизни социума, исторические справки и статистику»²².

При работе с жанром сторителлинга, исследователь А. А. Зубрий, предлагает обратить внимание на следующие аспекты:

¹⁹ Власова Е. Г. Сторителлинг как основа функционирования СМИ в социальных сетях // СПб.: Материалы II Международной научно-практической конференции, 2009. С. 292.

²⁰ Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики. М.: Академический проект, 2009. С. 292.

²¹Тордова О.В. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент // Современные проблемы науки и образования. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22285947>. (дата обращения 10.06.2018).

²²Автаева Н.О. Жанр сторителлинг в современных региональных СМИ: функциональные и тематические особенности публикаций // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 66. С. 6-8.

1. Для того чтобы выстроить сюжет занятия, не обязательно быть писателем.
2. Стоит предлагать аудитории героя, с которым она сможет себя ассоциировать.
3. Автор развивает историю с множества сторон.
4. Визуализация истории, и интерактивность²³.

Доктор социологических наук Елена Рождественская говорит о таком понятии как трансмедиаальный сторителлинг: «Трансмедиаальный сторителлинг введен Г. Дженкинсом, обозначая создание мира историй (storyworld) на основе различных платформ разнообразных СМИ»²⁴

Трансмедиаальный сторителлинг предстает перед автором в двух ипостасях. В первой, из-за большой популярности истории, рассказанной первично, личность героя становится настолько популярной, что это генерирует разные ремейки и сиквелы. Другая сторона трансмедиаального сторителлинга, заключается в разработке системы, которая была запланирована заранее как проект, развивающийся на различных медиа платформах.

Таким образом, жанр сторителлинга успешно применяется в современном медиaprостранстве СМИ для реализации конкретных функций, таких как коммуникативная, утилитарная и управленческая. Журналисту, приступившему к работе с текстом в жанре сторителлинг, необходимо помнить, что истории и их герои должны быть близки читателю. При этом следует наполнять текст интерактивными элементами, что в совершенстве позволяет осуществить платформа интернет.

²³Зубрий А. А. Указ. соч. С. 130.

²⁴Рождественская Е. Трансмедиаальный сторителлинг в поисках национальной идеи России // Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара. № 3. С. 203.

1.3 Инфотейнмент, как метод современных медиа: теоретический аспект

Аудитория СМИ сегодня предпочитает развлекательный контент, вследствие особенностей современного темпа жизни, об этом говорит Е. Л. Вартанова. Исследователь предполагает, что одна из важнейших особенностей функционирования СМИ с аудиторией, заключается в том, что большая часть медиаинформации, потребляется в свободное время. «Газеты читают утром за завтраком, радио слушают в автомобилях, по пути на работу и обратно, возвратившись вечером домой смотрят телевизор или читают журналы, но наиболее привлекательными периодами для СМИ становятся уик-энды, отпуска, каникулы»²⁵. Очевидно, что в погоне за рейтингами, все больше телепроектов реализуется в развлекательном формате. В других СМИ тоже наблюдается эта тенденция. Поэтому, в печати и в сети интернет, мы можем увидеть все больше контента, ориентировано на рекреативную потребительскую функцию. Это явление, многие исследователи выделяют как проблему современной журналистики. Так считает исследователь А.П. Величко. Он говорит о том, что СМИ «заигрались» в погоне за рейтингами, а побочным итогом этого становится снижение качества передаваемой информации: «Возникает опасение возможной деградации современного телевидения. Вслед за ним будет деградировать и зритель, так как телевидение является мощнейшим каналом формирования общественного мнения. Ключевым фактором, способным пагубно воздействовать на аудиторию, называют «инфотейнмент»²⁶. Но не все исследователи современной журналистики настроены так однозначно, относительно феномена инфотейнмента. Иначе об этом говорят Осетрова А.С. и Сметанина М.О. «Такие материалы стали для СМИ новым источником

²⁵Вартанова Е. Л. СМИ России как индустрия развлечений. Научное исследование для журнала медиаскоп. URL: <http://www.mediascope.ru/issues/250> (дата обращения: 12.05.18)

²⁶Величко А. П. Проблемы инфотейнмента в современной традиции телевидения // Материалы I Международной научно-практической конференции. Краснодар: Кубанский государственный университет., 2017. С. 78.

привлечения аудитории. В то же время с помощью инфотейнмент-публикаций можно актуализировать ту или иную тематику»²⁷.

Само понятие инфотейнмента появилось из-за слияния двух английских слов: information и entertainment (информация и развлечение). «Это стиль преподнесения сообщения, когда серьезные события, действия, или идеи подаются в развлекательной, непринужденной, легкой, даже ироничной форме или с оттенком развлекательности. Инфотейнмент – это форма, а не содержание»²⁸ – пишет В.А. Евдокимов.

История инфотейнмента начинается в Америке в 1980-х годах. Этот формат активно применялся на телевидении, когда рейтинги новостных телепрограмм стали низкими. Решение проблемы обнаружилось в изменении принципов отбора информации. Это привело к новым формам размещения информации в выпусках. Об этом пишет А. С. Жуков: «Рон Ховард, один из теоретиков инфотейнмента, считает, что важнее как, а не что преподносится аудитории. И именно этот принцип стал основой для такого формата не только в электронных, но и печатных СМИ»²⁹.

Применение *инфотейнмента* чаще всего встречается в различных шоу. Формат шоу подразумевает: «Зрелище, представление»³⁰.

Шоу на телевидении сегодня имеет несколько жанровых разветвлений, таковыми можно назвать ток-шоу, реалитишоу, тревел шоу и кулинарные шоу.

Ток-шоу — это такой вид передачи, в котором приглашенные гости, ведут обсуждения на поставленные ведущим темы. Исследователь С. П. Поцелуев, говорит о том, что ток-шоу имеет ряд преимуществ. «Формат ток-шоу позволяет

²⁷Осетрова А.С. Функциональная роль инфотейнмента в электронных, федеральных и региональных СМИ // Межкультурные коммуникации. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2017. С. 77.

²⁸ Евдокимов В. А. Инфотейнмент в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2010. №5. С. 215.

²⁹Жуков А. С. Тексты в формате инфотейнмента в прессе // Молодой ученый. 2014. №4. С. 131-133. URL: <https://moluch.ru/archive/63/9997/> (дата обращения: 13.06.2018)

³⁰ Электронный ресурс. Грамота. ру. URL: <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%A8%D0%BE%D1%83&all=x&lop=x&bts=x&ro=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x> (дата обращения 13.06.18)

представить реальное положение ситуации в драматургической форме понятной аудитории. И представить истинное положение дел в диалогической форме, которая в свою очередь моделирует конфликт с целью его познания»³¹.

Формат *реалити-шоу*, предполагает развитие реальной истории на экране, за развитием которой наблюдает телезритель: «Реалити-шоу определяется как телевизионное шоу, его участники – обычные люди, которых снимают в реальной жизни и в реальных обстоятельствах, без явного вмешательства режиссёра. Но это мнимая независимость»³², - говорит исследователь А. А. Улюра. Яркие примеры передач такого формата: «Дом-2», «Холостяк», «Взвешенные люди» и т.д.

Одним из востребованных на телевидении форматов сегодня является, по мнению исследователя Л.А. Троценко - тревел-шоу. «Тревел-шоу рассказывает об аспектах туризма в информационных и развлекательных целях. Особенностью современных программ о путешествиях становится баланс между рекламой и шоу. С познавательной и образовательной функции акцент смещается в пользу рекламной»³³. Примеры тревел-шоу на отечественном и зарубежном телевидении: «Звездное выживание с Беаром Гриллсом», «Орел и решка», «Мир наизнанку», «Непутевые заметки».

Еще одним развлекательным и одновременно познавательным продуктом телевидения является *кулинарное шоу*. Исследователь Э. Шестакова говорит о том, что кулинарные шоу как жанр сложнее, относительно газетного варианта кулинарных заметок. Так же она замечает, что этот жанр меняется с течением времени, сегодня эти изменения наиболее интенсивны: «*Кулинарные шоу*— это усложненный по отношению к газетно-журнальному кулинарному рецепту вариант медиатекста, который удачно, естественно, эволюционным путем

³¹Поцелуев С. П. Ток-шоу как познавательная модель политического конфликта // Политическое пространство и социальное время . Ялта: «Ариал», 2015. С. 167.

³²Улюра А. А., Фам МиньЧанг, МирдошиРаджинерКумар, Телевидение Юго-восточной Азии: новости vs реалити-шоу// Исторические, философские, политические, и юридические науки, культурология и искусствоведение: вопросы теории и практики. 2017. № 86. С. 187.

³³Троценко Л. А. Типологические и формально-содержательные особенности программ о путешествиях на российском телевидении//Ученые заметки ТОГУ. 2017. № 1. С. 234

претерпевает и реализует трансформации, вызванные в медийном пространстве общекультурными словами, изменениями»³⁴. Гибкость и быстрота трансформаций, и чуткость к запросам эпохи во многом и обеспечивает востребованность кулинарного медиатекста. На кулинарном шоу, как виде кулинарных проектов, мы остановимся подробнее.

Самые первые шоу о кулинарии были простыми и выглядели как диктовка рецепта. Но продюсеры быстро поняли программы о еде должны сниматься и для тех, кто любит есть, и для тех, кто любит готовить. В.Л. Цвик обращает внимание на то, что кулинарные программы тяготеют к жанру «ток-шоу»: «Съемки кулинарных шоу зачастую проходят с участием зрителей, а за «разговорную» часть передачи отвечает ведущий»³⁵. Примеры таких программ на отечественном и зарубежном телевидении: «Адская кухня» и «Званный ужин».

В кулинарных шоу в последнее время используется все чаще такой элемент, как интервью. Как правило, это те программы, в которых героями становятся известные личности. К примеру, на съемках программ «Смак» или «Ешь и худей» ведущие задавали звездным гостям вопросы, беседовали на личные темы, и на темы, связанные с кулинарией. «Получается, что в кулинарном шоу, жанр интервью используется для достижения сразу нескольких целей: для получения информации и для раскрытия темы программы»³⁶ - говорит В.Л. Цвик.

Кулинарные проекты существуют и на радио, и в печати. Примерами кулинарных программ на радио являются: «Радио гурман» на радио «Маяк», «Скорая кулинарная помощь» на «Радио России. Петербург». В передачах авторы общаются со слушателями и обсуждают кулинарные вопросы, берут интервью у шеф-поваров, а также говорят о новостях в сфере кулинарии. Сложность кулинарных проектов на радио заключается в том, что аудитории на

³⁴Шестакова Э. О природе и структуре медиатекста кулинарного шоу // Стилистика: речь и текст. Минск: "Адукацыя і выхаванне", 2017. С. 421.

³⁵Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. М.: Аспект Пресс, 2004. С.162.

³⁶Там же С. 162.

слух трудно воспринимать цифры и точную инструкцию. А в большинстве рецептов количество ингредиентов указывается с точностью до единиц и принципиален каждый шаг приготовления. Слушатель не успеет записать рецепт или вовсе не поймет, о чем идет речь. Именно поэтому, чаще в кулинарных программах на радио темой становится не рецепт приготовления, а новости в этой области.

Кулинарные проекты в интернете отличаются от телевизионных и радиальных тем, что в состав текста программы можно включить разные виды мультимедиа. К примеру: видео, текст, статичные иллюстрации, фотоленты аудио и т.д. В сети существует множество блогов и сайтов посвященных теме кулинарии. Авторы подобных публикаций не только делятся рецептами, но и пишут о своих эмоциях и вкусовых качествах блюда, сложностях его приготовления, особенностях той или иной кухни. Примеры интернет блогов, посвященных кулинарии: belonika.ru, crazy-cucumber.tumblr.com, salatshop.ru, cookingtime.ru и т.д.

Подводя итог можно сказать, что кулинарные проекты имеют большой потенциал, который пока не раскрыт до конца. Возможность сочетания разных видов контента, использования элементов разных жанров, усиления информационной насыщенности проектов позволяет видеть перспективность интернет-проектов в данной тематике.

При разработке и подготовки к выпуску кулинарных проектов авторам приходится сталкиваться с рядом специфических проблем. Например, определение авторского права на рецепты. В России закон об интеллектуальном праве предусматривает это частично: «Авторские права не распространяются на идеи, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения технических, организационных или иных задач, открытия, факты, языки программирования, геологическую информацию о недрах»³⁷. Отсюда следует,

³⁷Гражданский кодекс РФ "(часть четвертая): офиц. текст (ред. 14.11.2017) № 230-ФЗ " от 14.11.2017 № 230-ФЗ // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/.

что авторское право не распространяется на рецепт. Однако, само описание приготовления, т.е. авторский текст, охраняется авторским правом. В таком случае, текст будет продуктом творческого труда. А авторское творчество, может проявляться в разработке названия проекта, описания этапов приготовления или же уникальная форма изложения информации. Об этом говорит исследователь Д. С. Бараш: «авторское право охраняет только форму произведения, но никак не его содержание, поэтому рецепт подлежит охране только как литературное произведение. В реальности такой способ защиты кулинарных рецептов дает наименьшее число возможностей по охране рецептуры»³⁸.

Но сохранить эксклюзивность рецепта и ограничить других в правах на его использование можно. В российском законодательстве существует такая форма охраны авторского права как патент, но распространяется она на рецепты блюд, имеющих изобретательский уровень. На сайте freepatent.ru, указываются такие рецепты и способы обработки блюд, которые причислены, к числу запатентованных. В большинстве своем это блюда для спортсменов, космонавтов и так далее³⁹.

Универсальным способом охраны кулинарного рецепта может стать распространение на него режима конфиденциальности или ноу-хау (ст. 1465-1472 ГК РФ, Федеральный закон «О коммерческой тайне»). Об этом говорит исследователь Д. Р. Пескова: «*Коммерческая тайна* - информация, обладающая коммерческой ценностью вследствие ее неизвестности третьим лицам»⁴⁰. К таким рецептам могут быть отнесены фирменные блюда заведений. В мире существует масса примеров того, что рецепт не защищен патентом, но является коммерческой тайной и не подлежит огласке. Примерами этого могут послужить, газированный напиток Соса-Сола, рецепты КФС, легендарного соуса

³⁸Бараш Д. С. Радиожурналистика URL: [http:// evartist.narod.ru /text5/44.Htm](http://evartist.narod.ru/text5/44.htm) (дата обращения 11.05.18)

³⁹Freepatent.ru. URL: <http://www.freepatent.ru> (дата обращения 22.05.18)

⁴⁰Пескова Д. Р. Коммерческая тайна. О критерии эффективности коммерческой тайны // Креативная экономика. 2009. №6-1. С.35.

«Ворчестер» и т.п. Если сотрудник, которого принимают на работу, в компанию, имеет доступ к коммерческой тайне организации, должен быть ознакомлен с соответствующим пунктом договора еще на этапе трудоустройства. В случае незаконного разглашения и использования информации сотрудника привлекают к ответственности с возможным взысканием причиненных компании убытков.

В итоге, следует отметить, что сегодня, мультимедийность является одним из основных качеств интернет проекта. Существует определенная последовательность создания мультимедийного проекта и работа над основными его этапами: выбор темы и постановка проблемы, анализ объекта, разработка сценария и синтез модели, работа над проектом и реализация продукта. Ко всему прочему, необходимо наполнять подобный проект, качественным мультимедийным контентом. Мультимедийным составляющим в таком случае могут являться: статичная иллюстрация, фотолента, фоторепортаж, слайд шоу, карикатура, подкаст, аудио иллюстрация, аудио версия текста, аудио сюжет, видео иллюстрация, видеосюжет и видео колонка. Соблюдая последовательность этапов создания проекта, можно описать всю работу над мультимедийным проектом, следственно это облегчает нашу работу уже на стадии подготовки проекта «Истории на закуску». Конкретный мультимедийный текст, можно проанализировать со стороны его структуры. Анализ производится по следующим критериям: завязка медиа текста; логичность завязки; сюжет медиа текста; жанр медиа текста; развязка медиа текста. Выделение этих критериев поможет нам на этапе анализа мультимедийного проекта «Истории на закуску».

Жанр сторителлинга обязывает автора рассказывать историю близкую читателю настолько, чтобы он смог сам ассоциировать себя с героем. Использование этого жанра в авторском мультимедийном проекте повышает интерес аудитории к предлагаемой информации и позволяет использовать разные виды контента, логично объединяя его в рамках одной истории.

Прием инфотейнмента в практике, представляет собой слияние развлекательной формы и познавательной информации в содержании. В связи с большим интересом аудитории к развлекательному контенту, его активно используют все виды СМИ. Метод инфотейнмента, успешно применяется как в информационных, аналитических, так и в просветительских проектах на радио, телевидении и в сети Интернет. Таким образом, проект «Истории на закуску» на этапе его подготовки и непосредственной реализации предполагает использование мультимедийного контента, в рамках жанра сторителлинга и реализации метода инфотейнмента.

ГЛАВА 2 СОЗДАНИЕ АВТОРСКОГО МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ПРОЕКТА «ИСТОРИИ НА ЗАКУСКУ»

2.1 Концепция авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»

Мультимедийный проект «Истории на закуску» был разработан как авторский проект для публикации на сайте молодежного медиахолдинга «Есть TALK». Проект основывается на современных представлениях о мультимедийных публикациях и требованиях к их качеству. В процессе работы над проектом решалась задача применения современных выразительных медиа-ресурсов с целью обеспечения интереса молодежной аудитории к публикуемой информации просветительского характера. Проект так же имеет прагматическую направленность, что делает его не только познавательным, но и полезным. Первым этапом в работе над проектом стала разработка концепции.

Тема: «Истории на закуску»— это информационно-развлекательный кулинарный проект, об истории происхождения, традициях приготовления и потребления блюд, а также их полезных свойствах и влиянии на здоровье. Использование данной информации делает кулинарную тематику значительно шире, чем просто рецепт и его описание.

Идея проекта: В имеющихся на сегодняшний день проектах, связанных с кулинарией, как правило авторский коллектив опирается на визуальный ряд, практически не используя аудио. С одной стороны, это объективно, т.к. позволяет увидеть процесс приготовления, понять особенности технологии обработки продуктов и т.д. Но в проекте «Истории на закуску» ведущей платформой является именно аудио, основной упор делается на прослушивание радиопрограммы и подкастов. Это не просто позволит расширить количество используемого мультимедийного контента в проекте, но и позволит обращаться к проекту в условиях, когда не доступен экран компьютера – в транспорте, на прогулке, во время приготовления блюд.

Актуальность – Тема проекта несёт в себе как прагматическую составляющую, так и познавательную направленность. Проект «Истории на закуску», ориентирован на молодежную аудиторию. При этом, ядро целевой аудитории - студенты. Как правило, студенты, отрываясь от домашней заботы сталкиваются с проблемами бытового характера, многие начиная самостоятельную жизнь не имеют представления как готовить, какие продукты полезны, а какие нет. Возможность получить информацию о простых в приготовлении и полезных блюдах, которые можно приготовить даже в условиях общежития на сайте молодежного медиахолдинга является привлекательной для них. В тоже время проект не ограничивается рассказом о рецепте. История создания блюда, традиции, связанные с ним, особенности продуктов, которые используются позволяют расширить кругозор аудитории, что представляется актуальным для данной категории пользователей. Прагматическая и просветительская направленность проекта делает его актуальным для данной аудитории.

Формат–мультимедийный проект, в котором ведущей является аудио-платформа, а основным носителем информации – радиопрограмма. Публикаций с аналогичным подходом к его структуре мультимедийного проекта не встречается.

Целевая аудитория проекта – молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Так как выпуски кулинарного шоу, размещаются на интернет платформе молодежного медиа-холдинга «Есть TALK», то выбор именно молодежной аудитории оправдан. К тому же, половина активных пользователей интернета приходится на молодежь. Потенциальная аудитория состоит из активных пользователей интернета, которые не входят в возрастную группу «молодёжь». Ядро – студенческая молодежь в возрасте 18-24 лет. По данным Медиаскоп, эту группу данная тематика интересует, но они составляют лишь незначительную долю наиболее популярных кулинарных проектов. Мультимедийное наполнение, позволит увеличить интерес к данной теме у молодежи.

Изучение рынка: Формат, который получился в итоге, не похож на те, которые присутствуют в Рунете. Для того чтобы сделать данный вывод, мы проанализировали блоги, медиаресурсы, а также контент телевизионных и радиостанций посвященных кулинарной тематике. Сайты: picantecooking.com, redlipsjournal.com, dimdoma.ru, gastronom.ru, eda.ru, chefmarket.ru, andychef.ru и другие. ТВ-программы: «Тили теле тесто», «Смак», «Еда я люблю тебя», «Правила моей кухни», «Званный ужин», «Мастер шеф», «Адская кухня», «Жить вкусно с Джимми Оливером», и др. радиопрограммы: «Кулинарное путешествие», «Скорая кулинарная помощь», «Радиогурман». Следует отметить. Что кулинарных проектов на радио довольно мало.

Фотоленга позволит быстро посмотреть этапы приготовления блюда. *Статичные иллюстрации* служат не только элементом дизайна проекта, но и вспомогательным элементом для быстрого осмысления текста. *Подкастом* будут служить короткие записи, вставленные по смысловой логике внутрь текста публикации. Аудитория сможет прослушать всю аудио версию программы целиком, или обращаясь к текстовой составляющей возвращаться к отдельным интересующим ее частям. Ключевой особенностью программы, мы выделяем то, что можно слушать *аудио сюжет* и просматривать рецепт, не отвлекаясь от процесса приготовления.

Авторский состав: автор имеет навык приготовления пищи и является заинтересованным в теме кулинарии, как науки и искусства. Постоянным и единственным автором, журналистом, будет являться создатель программы. В большинстве выпусков будут участвовать приглашенные эксперты из диетологии и спорта. Специалисты в областях питания и правильного образа жизни, будут описывать полезность продукта, его необходимость в рационе, калорийность и энергетическую ценность. А также будут даваться полезные советы о том, как получить максимальную пользу от предлагаемого продукта. В программе будут использоваться опросы. Цель опроса: показать спектр мнений по одному из аспектов, связанных с темой проекта.

Периодичность и продолжительность: программа будет выходить раз в две недели. По хронометражу радиопрограмма продолжаться от четырех до пяти минут. Мультимедийная публикация будет содержать текст приблизительно 4,000 знаков и 5-7 иллюстраций.

Место публикации - сайт молодежного медиа-холдинга «Есть TALK». Молодежный медиахолдинг (МХ) «Есть TALK». Медиа-холдинг «Есть TALK», один из трех стратегических проектов Центра гуманитарных технологий и медиакоммуникаций Тольяттинского государственного университета. МХ ТГУ включает в себя четыре платформы для размещения медиаматериалов: сайт университета ttsu.ru, две газеты («Тольяттинский университет» и «Спичка»), платформу «ТОЛК РАДИО», телевизионную редакцию «ТОЛК ТВ» (канал на YouTube).

Структура аудио выпуска:

Заставка – будет звучать в начале каждого выпуска.

Авторский текст – несколько слов о блюде и подводка к рубрике вопрос.

Заставка к рубрике «Вопрос» – будет звучать в каждом выпуске. *Рубрика «Вопрос»* – звучит выборка ответов на опрос, участниками которого будут обычные люди разных возрастных категорий и социальных слоев. *Авторский текст* – рассказ истории блюда. Звучат аудио картинки в смысл текста. *Подводка к рубрике «Говорит эксперт»*, после рубрика «Говорит эксперт». Но рубрика не периодична, поэтому, в место нее может звучать *текст*, прочитанный от лица повара, создавшего блюдо. *Авторский текст* (продолжение истории блюда). *Подвод как рубрике «Приступим к приготовлению» и сама рубрика* (в этой части программы, рассказываются этапы приготовления блюда, о котором говориться в программе). *Финальная заставка*.

Текст радиопрограммы «Истории на закуску» будет отличаться от печатного подачей материала, наличием фотоиллюстраций и поэтапным разворачиванием структуры выпуска. Процесс приготовления можно и

услышать, и увидеть. Иллюстративный и фотоматериал будут создаваться, и редактироваться с помощью графических программ AdobePhotoshop и Lightroom. Аудио материал, будет создаваться автором в такой программе, как AdobeAudition.

2.2 Сценарные разработки выпусков авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»

В процессе создания мультимедийного проекта «Истории на закуску», были выделены основные этапы работы, которые практически не изменялись от выпуска к выпуску. Таковыми являются:

1) Поиск интересной темы выпуска. Анализ источников в интернет и литературы, по теме выпуска.

2) Сбор фактуры аудио выпуска – комментариев. А также, поиск мелодий и звуков в тему аудио текста.

3) Запись текста в радиостудии ТГУ и последующий монтаж в AdobeAudition. Монтаж одного выпуска занимает порядком шести часов работы.

4) Готовый выпуск программы, отправляется на проверку выпускающему редактору радио контента медиахолдинга «Есть talk» - Андрею Скинтееву. Получение правок, исправление ошибок.

5) Подготовка печатной версии программы.

6) Создание фотоматериала для проекта

7) Монтаж отснятого фотоматериала в программе Lightroom

8) Сборка работ в один мультимедийный проект.

9) Отправка проекта на редакторскую проверку в медиахолдинг «Есть talk».

10) Публикация готового мультимедийного проекта на сайте медиахолдинга «Есть talk».

Справка: выпуск первый; тема выпуска: «Сгущенное молоко»; опубликовано от 7 февраля 2018 года.

Выбор данной темы связан, с обширной и интересной историей появления такого продукта, как сгущенное молоко. Специалисты в области истории, склоняются к разным мнениям относительно появления на свет сгущенного молока, что и вызывает интерес. В процессе проработки документов, была выявлена самая популярная и цитируемая версия, которая рассказана в программе.

Опрос был проведен в ТЦ «Влада» по адресу г. Тольятти, ул. Революционная 28а. Дата и время проведения опроса: 04.11.17, с 14:00 до 16:40 и с 17:20 до 18:00.

Комментарий у диетолога был взят дистанционно. Запись разговора осуществлялась с помощью программы skype и компьютерной звукозаписи.

Сценарий аудио выпуска:

Временной промежуток: 00:00-00:26

Авторский текст: во время сессии так и хочется побаловать себя чем-нибудь сладеньким. Поэтому, шоколадки сухофрукты и всевозможные кондитерские изделия становятся для студента самыми настоящими антидепрессантами. Я, например, балую себя не очень хитрым десертом – сгущенкой. А если к ней добавить еще и кусочек батона, то будет просто объедение. Интересно, а как вы лакомитесь сгущенным молоком?

Входная заставка: Начальная заставка «Истории на закуску» Используются звуки шума посуды и процесса приготовления пищи. А также авторский текст: «Истории на закуску. Вкусное об интересном, интересное о вкусном» Фоновая музыка: джазовая мелодия. Перебивки: Перелистывание страницы.

Временной промежуток: 00:26-01:00

Авторский текст: как, и с чем вы любите есть сгущенное молоко?

Входная заставка: Заставка «Внимание вопрос» Используются звуки звона бокала и перелистывание страниц. А также авторский текст. *Фоновая музыка:* детская песня

Перебивки: Звук перелистывания страницы, после каждого сказанного комментария.

Текст:- Я люблю, есть сгущенку ложечкой. Вприкуску с несладким чаем с мелиссой. -Делаю в банке две дырки и высасываю из одной дырки всю банку. - Сгущенку ем в основном, добавляя в кофе. Если вне работы, то ложками. Это для того, чтобы никто не видел, как я ее потребляю. -Я ее ем с блином, или ем ложкой. Много или мало, не считаю.

Временной промежуток: 01:16-02:26

Авторский текст: не все знают, но такое лакомство как сгущенка появилось на свет с подачи Наполеона! Солдат, как и всех остальных нужно было чем-то кормить. Армия в отличие от крестьян должна иметь в арсенале продукты, которые можно употреблять в пищу и через полгода. Французское правительство объявило: тот, кто найдет решение этой проблемы, получит награду и солидную премию в размере двенадцати тысяч франков! В это время, француз Николя Француа Аппер, уже не первый год трудился над увеличением срока хранения продуктов. Однажды, он прокипятил в герметичной посуде фруктовый сок и обнаружил, что эмульсия сохраняет свойства. Произошло это в далёком 1804 году. Потом Аппер выяснил, что молоко после термической обработки в металлических банках, так же сохраняет качества. Француз добивался этого результата целых 14 лет! Награду за консервирование, изобретатель получил из рук Наполеона. За это, он был удостоен других наград и званий. С того времени прошло более 200 лет. Но рецепт качественной сгущенки остался без изменений. Ее любят и взрослые, и дети. Только вопрос пользы продукта для многих остается открытым.

Входная заставка: Перелистывание страницы.

Фоновая музыка: Джазовая мелодия.

Перебивки: марширует армия, фанфары, монеты сыплются, бурлит вода.

Временной промежуток: 02:26-03:24.

Авторский текст: о вреде и пользе сгущенного молока с нами поделилась Ольга Михайлова. Диетолог, специалист по снижению веса.

Входная заставка: Заставка «Говорит эксперт» Используются звуки звона бокалов и перелистывания страницы книги. А также авторский текст: «Говорит эксперт»

Фоновая музыка: Джазовая мелодия.

Перебивки: Звонок телефона и звук снятой телефонной трубки.

Текст: здравствуйте! Состав сгущенного молока максимально прост: молоко и сахар. Ни каких других компонентов быть не должно, ведь это продукт детского питания. В нем содержится 43,5 процента сахара. Жирность от 8,5 процентов и более. В одной банке молока содержится 1200 калорий. При таком раскладе, этот продукт противопоказан людям с избыточным весом, а также при ожирении и сахарном диабете. Помимо этого, сгущенка может стать причиной кариеса. Польза у этого продукта все же есть. Она содержит много кальция, витаминов и полезных минералов, в ней не содержится дрожжей и пищевых добавок, в отличие от других сладостей. Я советую употреблять ее не как самостоятельный продукт. А в сочетании с сырниками или несладкими блинчиками до 13:00. Норма сгущенного молока две столовые ложки. Помните: тот, кто знает меру, тому можно все!

Временной промежуток: 03:24-05:07

Авторский текст: конечно, во всем нужно знать меру. В деле со сгущенкой – особенно! Если вы сладкоежка, но следите за фигурой, отказываться от такого лакомства не обязательно. Специально для вас я нашла рецепт бюджетных и простых в приготовлении конфет со сгущенным молоком. Мной была подчитана средняя стоимость ингредиентов. Вот что получилось. Сгущенное молоко – 50 рублей, 2 столовых ложки сливочного масла – 30

рублей, изюм – 40 рублей. Кокосовая стружка – 20 рублей, Несколько вафель – 20 рублей. Приступим к приготовлению! Сгущенку вливаем в кастрюльку с толстым дном и добавляем масло. Ставим кастрюлю на слабый огонь и постоянно помешиваем, до того момента пока сливочное масло не растопиться. Снимаем кастрюлю с огня. Добавляем порубленные ножом вафли в кастрюльку. Перемешиваем и убираем в холодильник до полного остывания. Скатайте из остывшей массы небольшие шарики и внутрь каждого, добавьте изюм. Обваляйте конфеты в кокосовой стружке. Десерт готов!

Фоновая музыка: джазовая мелодия.

Перебивки: Звуки рисующего карандаша, после перечисления каждого ингредиента. А также, звуки: кассы, бурлящей воды, стука ножа по разделочной доске, перемешивания массы в миске (записывался самостоятельно)

Ключевые отличия аудио текста, от печатного текста:

В печатном формате было использовано 8 изображений. 2 из них иллюстрации, остальные – авторские фотографии. В структуру выпуска входят подкасты – выдержки из аудио текста (комментарий диетолога и опрос). Текст печатного формата, был несколько видоизменен. Так как, у текста для радио - разговорная форма подачи материала.

Справка: выпуск второй; тема выпуска: «Вишисуаз»; опубликовано от 4 мая 2018 года.

Выбор данной темы, был определен, после проведенного опроса, в рамках которого участвовало 30 человек. На вопрос: «что такое вишисуаз?» никто не дал верного ответа. В следствии, было решено приступать к процессу создания программы, посвященному этому блюду. Опрос проводился с помощью социальной сети «в контакте». Опрашиваемые, высылали ответы на вопрос «Что такое вишисуаз?» голосовым сообщением. Аудио дорожка скачивалась при прочтении кода страницы. Всего в опросе участвовало 35 человек.

Сценарий аудио выпуска:

Временной промежуток: 00:00-00:46

Авторский текст: в жаркий летний день больше всего хочется спрятаться от солнышка в тенечке. А если, лежа под зонтиком, холодненький фреш потягивать из трубочки, то будет просто райское наслаждение. Мы знаем, чтобы быстро освежиться летом, помогают не только напитки, но и еда. Как, например, всеми любимая нами окрошка, сытный свекольник и легкий вишисуаз. Последний в приготовлении очень прост. Да-да за таким сложным, французским названием прячется незамысловатый рецепт. Когда я подавала этот супчик родным на обед, они удивились и еще долго переспрашивали, как правильно говорить – «висисуас» или «вушисудаз»

Входная заставка: начальная заставка «Истории на закуску» Используются звуки шума посуды и процесса приготовления пищи. А также авторский текст: «Истории на закуску. Вкусное об интересном, интересное о вкусном»

Фоновая музыка: мелодия из м/ф «Рататуй»

Перебивки: перелистывание страниц.

Временной промежуток: 00:46-01:25

Авторский текст: что такое «Вишисуаз»?

Заставка «Внимание вопрос» Используются звуки звона бокала и перелистывание страниц. А также авторский текст.

Фоновая музыка: детская песня

Перебивки: Звук перелистывания страницы, после каждого сказанного комментария.

Текст: -Видимо это какой-то салат. Или китайский или японский. Точно не могу сказать. Никогда его не готовила.- Это какая-нибудь ягода.

-Может быть, какой-нибудь вишнёвый напиток. -Предполагаю, что это как-то связано с тортами. Может быть это вишневый торт? Ну тут я не шибко умная. Но может это какой-нибудь крем или начинка для торта.

Временной промежуток: 01:25-02:55

Авторский текст: а вы знаете, почему вообще начали готовить холодные супы? Как оказывается, это заслуга короля Франции Людовика XV. У него была большая фобия. Он думал, что все вокруг хотят его отравить. Поэтому, перед трапезой короля его еду пробовали придворные. Когда блюдо доходило до Людовика, оно было холодным. Потом король признался, что холодный суп ему очень понравился. После этого заявления первое блюдо к королевскому столу приносили холодным. А уже сам Вишисуаз придумали только спустя 100 лет со смерти Людовика XV. Автором блюда назвал себя Луи Диат. Он работал в отелях «Ритц» в Париже и Нью-Йорке. Особенностью вишисуаза стало то, что Диат подавал его гостям, только когда за окном была минусовая температура! И, тем не менее, вишисуаз в исполнении Луи стал очень популярен. Посетители ресторана буквально уговорили его включить холодный суп в меню! И в 1923 году Диат добавил его в полноценное меню ресторана. Точной версии почему же так назван суп нет. Но предполагаю, что Луи так назвал блюдо в честь термального курорта во Франции - города Виши.

Входная заставка: перелистывание страниц.

Фоновая музыка: мелодия из м/ф «Рататуй»

Перебивки: Звуки застолья, зимней вьюги и фотовспышки.

Текст: летом 1917 года, когда я был в отеле Ритц почти семь лет, я стал размышлять о супе из моего детства. Его делали моя мать и бабушка. Я вспомнил, как летом мой старший брат и я использовали холодное молоко, чтобы охладить его, и как вкусно это было. Я решил сделать нечто подобное для посетителей отеля «Ритц».

Временной промежуток: 02:55-04:39

Авторский текст: даже если лето не радует жарой, а вместо мороженого хочется чашечку чая, отказываться от тарелочки вишисуаза не стоит. Вспомните хотя бы то, что сто лет назад его ели только в холодное время года. А может и не просто так? Да что говорить, это нужно пробовать! Для того чтобы поужинать

вишисуазом семьей из 4-5 человек, нам понадобятся следующие ингредиенты: 50 г. сливочного масла – 40 рублей, 1 луковица – 10 рублей, 350 г. Картошки- 20 рублей, 350 г. Порей - 80 рублей, 700 мл. куриного бульона- 100 рублей, 150 г. сливок жирностью 22% - 50 рублей. Получается, что средняя кастрюля такого супа нам обойдется в 300 рублей. В кастрюльке с толстым дном обжарьте обычный лук вместе с пореем, пока масса не станет мягкой. После, добавьте в кастрюлю помытый нарезанный на кусочки картофель, и влейте бульон. Кипятите на медленном огне минут 30, пока картофель не станет мягким. Дайте супу немного остыть, добавьте сливки и измельчите в блендере до однородности. После этого суп желательно протереть через сито, и как следует охладить в холодильнике. Вуаля дамы и господа – перед вами ресторанное блюдо! Иногда приготовить что-то необычное, и устроить дома трапезу по высшему классу не так уж и сложно. Вишисуаз тому пример. Я надеюсь, вам будет вкусно! Приятного аппетита! Автор программы Юлия Павлова.

Входная заставка: перелистывание страниц и отбивка «Ну что, приступим к приготовлению?»

Фоновая музыка: Быстрая мелодия без слов.

Перебивки: звуки рисующего карандаша после перечисления каждого ингредиента. А также, звуки: кассы, бурлящей воды, стука ножа по разделочной доске, перемешивания массы в миске (записывался самостоятельно)

Ключевые отличия аудио текста, от печатного текста:

В печатном формате было использовано 7 изображений. 3 из них иллюстрации, остальные – авторские фотографии.

Текст печатного формата, был несколько видоизменен. Так как, у текста для радио - разговорная форма подачи материала. Например, в аудио, следующий текст: *в жаркий летний день больше всего хочется спрятаться от солнышка в тенечке. А если, лежа под зонтиком, холодненький фреш потягивать из трубочки, то будет просто райское наслаждение. Мы знаем, чтобы быстро освежиться летом, помогают не только напитки, но и еда.*

Например, всеми любимая нами окрошка, сытный свекольник и легкий вишисуаз. Последний в приготовлении очень прост. Да-да за таким сложным, французским названием прячется незамысловатый рецепт. Когда я подала этот супчик родным на обед, они удивились и еще долго переспрашивали, как правильно говорить – «висисуас» или «вушисудаз»

А в печати такой: в жаркий летний день хочется спрятаться где-нибудь от солнца и потягивать в тени холодный фреш. Однако помочь быстро освежиться могут не только напитки, но и еда, например, любимая нами окрошка, сытный свекольник или лёгкий холодный суп вишисуаз. Последний, несмотря на сложное французское название, очень прост в приготовлении.

В структуру выпуска входят подкасты – выдержки из аудио текста. (опрос, текст, прочитанный актером от лица шеф-повара).

Справка: выпуск третий; тема выпуска: «Цезарь»; опубликовано от 28 мая 2018 года.

Выбор данной темы выпуска можно обосновать следующей причиной: салат «цезарь» достаточно популярен в заведениях общепита. Но, ни один из салатов, именуемых «Цезарем», нельзя называть даже близким к оригиналу. При анализе источников информации по теме, появился текст третьего выпуска программы «Истории на закуску»

Опрос проводился в офисном центре «Квадрат» 26.12.17. Время проведения опроса 11:00-12:10. Всего опрошено: 26 человек.

Сценарий аудио выпуска:

Временной промежуток: 00:00-00:38

Авторский текст: если я вам скажу всего лишь одно слово – «Цезарь», о чем вы подумаете с начала? Я уверена, что те, кто любит покушать так же, как и я, подумали совсем не о Юлии Цезаре, а о салате. И в этом нет ни чего удивительного. Это блюдо можно найти в меню почти всех кафе и ресторанов.

Только не везде его готовят правильно. Что только туда не добавляют. Креветки, курицу и даже помидоры. Вы наверняка подумали: «Что это она тут говорит? Из этих ингредиентов как раз и состоит салат.»

Входная заставка: Начальная заставка «Истории на закуску» используются звуки шума посуды и процесса приготовления пищи. А также авторский текст: «Истории на закуску. Вкусное об интересном, интересное о вкусном».

Фоновая музыка: мелодия из компьютерной игры «Delicious Emilys Message».

Перебивки: звук пролистывания страницы.

Временной промежуток: 00:38-01:28.

Авторский текст: из чего состоит салат «Цезарь»?

Входная заставка: используются звуки звона бокала и перелистывания страниц. А также авторский текст: «Внимание вопрос».

Фоновая музыка: детская песня мелодия. Темп быстрый.

Перебивки: стандартная перебивка (звук бокала и пролистывание книги)

Текст: -думаю, что салат «цезарь» состоит из яичка, помидорки, сыр, куриная грудка отварная, чесночный соус, капуста либо салат. Ну и соответственно, соль, специи по вкусу. -«цезарь» состоит из салата айсберг, жаренной курицы или креветок. Плюс добавляются какие-нибудь помидорки для более сочного салата, и добавляется масло. -Огурчик, перчик, сыр, оливки туда можно засунуть, помидорку туда можно засунуть. В общем, кому, что не жалко. Майонез обязательно. -«Цезарь» салат состоит из пекинской капусты, отварной курицы, сухариков, сыра, помидора черри, и специальной заправки.

Временной промежуток: 01:28-03:27

Авторский текст: наверное, я вас растрою, но это не совсем так. Версий, по которым блюдо появилось на свет, множество. Но, пожалуй, самая правдоподобная эта. Салат получил свое название не благодаря Гаю Юлию. Он был назван в честь простого предпринимателя из Италии, которого звали Цезарь

Кардини. После Первой мировой войны он вместе с братом Алексом эмигрировал в США, где открыл небольшое заведение, совмещающее отель и ресторан, под названием «Caesar'sPlace». В то время на территории соединенных штатов царствовал «сухой закон». Уловкой Кардини стало то, что отрыл он свое заведение фактически на территории Мексики. Такой ход принес ему немало денег. В 1924 году, заведение Кардини было оккупировано звездами Голливуда, которые пересекли границу с единственной целью – хорошенько выпить. Конечно, с выпивкой у Кардини проблем не было. А вот на кухне продуктов оказалось недостаточно. Опозориться перед кинозвездами, приравнялось к позору и разорению. Поэтому, он решил слепить закуски буквально из того, что осталось в закромах кафе. Другого варианта просто не было. Знаменитые гости ресторана пришли в полный восторг от блюда. А после, популярность салата, и кафе, в котором его подают, резко выросла. Так чем же именно накормил Кардини разгоряченную толпу киношников? Перебрав в уме несколько вариантов, он выбрал этот. Все! Никаких анчоусов, курицы, креветок и других продуктов в классическом салате не было. Между прочим, так салат "Цезарь" до сих пор готовят в ресторане, в котором он родился. Но подают его сейчас почему-то только с одной гренкой. Уже потом многие пытались «усовершенствовать» блюдо, добавляя туда другие продукты. Кардини злился от этого, уверяя, что ворчестерского соуса вполне достаточно, чтобы у салата появился пикантный вкус.

Входная заставка: Звук перелистывания страницы

Фоновая музыка: Мелодия, в которой играют на гитаре. Темп средний. А также мелодия из компьютерной игры «Delicious Emilys Message». Темп средний.

Перебивки: Звуки: взлет самолета, входной двери, звон монет, цоканье бокалами, интершум кафе, стук столовых приборов о тарелки.

Текст: тарелку натираем чесноком, выкладываем на нее салатные листья и поливаем маслом. Потом, разбиваем в центр яйцо, приготовленное особым способом. Добавляем тертый сыр, лимонный сок, и сухарики. В качестве изюминки, поливаем салат ворчестерским соусом.

Временной промежуток: 03:27-04:45

Авторский текст: все! Никаких анчоусов, курицы, креветок и других продуктов в классическом салате не было. Между прочим, так салат "Цезарь" до сих пор готовят в ресторане, в котором он родился. Но подают его сейчас почему-то только с одной гренкой. Уже потом многие пытались «усовершенствовать» блюдо, добавляя туда другие продукты. Кардини злился от этого уверяя, что ворчестерского соуса вполне достаточно, чтобы у салата появился пикантный вкус. Думаю, что если в кафе или ресторане оригинальный рецепт изменен, то название придется придумывать тоже другое. Я вам предлагаю приготовить очень похожую версию салата, под названием «студенческий цезарь». Для четырех порций салата, нам понадобится: 10-12 листочков салата - 30 рублей, 4 куриных яйца - 40 рублей, 200 грамм натертого сыра - 150 рублей, сухарики – 25 рублей, 3-2 зубчика чеснока – 10 рублей, а также растительное масло и приправы по вкусу. В общей сумме салат обойдется нам в 260 рублей.

Входная заставка: перелистывание страниц и отбивка «Ну что, приступим к приготовлению?»

Фоновая музыка: Мелодия без слов. Темп быстрый.

Перебивки: Звуки рисующего карандаша после перечисления каждого ингредиента. А также, звуки: кассы, бурлящей воды, стука ножа по разделочной доске, перемешивания массы в миске и жарка на сковороде (записывались самостоятельно)

Ключевые отличия печатного текста от радио:

В печатном формате было использовано 6 изображений. 3 из них иллюстрации, остальные – авторские фотографии.

Текст печатного формата, был несколько видоизменен. Так как, у текста для радио - разговорная форма подачи материала. Например, в аудио, следующий текст: *если я вам скажу всего, лишь одно слово – «Цезарь», о чем вы подумаете сначала? Я уверена, что те, кто любит покушать так же, как и я, подумали совсем не о Юлии Цезаре, а о салате. И в этом нет ни чего удивительного. Это блюдо можно найти в меню почти всех кафе и ресторанов. Только не везде его готовят правильно. Что только туда не добавляют. Креветки, курицу и даже помидоры. Вы наверняка подумали: «Что это она тут говорит? Из этих ингредиентов как раз и состоит салат».*

А в печати такой: *Услышав слово «цезарь», в первую очередь представляешь салат. Думаю, гурманы согласятся с этим утверждением. Сегодня это блюдо знают во всех уголках земного шара, и увидеть салат «Цезарь» можно в каждом втором заведении общественного питания. Впрочем, из-за того, что кафе и рестораны стремятся показать свою неповторимость в подаче и рецептуре, большинство ценителей салата не знают, что едят неправильный «Цезарь».*

В структуру выпуска входят подкасты – выдержки из аудио текста. (опрос, текст, прочитанный актером от лица шеф-повара).

Справка: выпуск четвертый; тема выпуска: «Оливье»; опубликован 7 июня 2018 года.

Временной промежуток: 00:00-00:30

Справка: выпуск четвертый; тема выпуска: «Оливье»; опубликовано от 28 мая 2018 года.

Выбор данной темы выпуска можно обосновать следующей причиной: салат «оливье» достаточно популярен в заведениях общепита. Но, не все знают, что оригинальная версия лакомства, стоит не маленьких денег, потому что в его составе достаточно дорогие продукты. При анализе источников

информации по теме, появился текст четвертого выпуска программы «Истории на закуску»

Опрос проводился с помощью социальной сети «в контакте». Опрашиваемые, высылали ответы на вопрос «Из чего состоит салат Оливье?» голосовым сообщением. Аудио дорожка скачивалась при прочтении кода страницы. Всего, в опросе приняли участие 35 человек.

Сценарий аудио выпуска:

Авторский текст: с чем у вас ассоциируется Новый Год?? Конечно, это запах ели, кисло-сладкий вкус мандаринов, «Ирония судьбы» и, конечно же, много-много салата оливье. Тарелку, тазик, а лучше сразу два, чтоб на все праздники хватило. Да что там говорить, салат «Оливье» давно стал у нас полноправным символом встречи Нового года.

Входная заставка: Начальная заставка «Истории на закуску» Используются звуки шума посуды и процесса приготовления пищи. А также авторский текст: «Истории на закуску. Вкусное об интересном, интересное о вкусном».

Фоновая музыка: минус песни Abba «lastchristmas»

Перебивки: звук пролистывания страницы.

Временной промежуток: 00:30-01:08

Авторский текст: из чего состоит салат оливье?

Входная заставка: используются звуки звона бокала и перелистывания страниц. А также авторский текст: «Внимание вопрос».

Фоновая музыка: детская песня мелодия. Темп быстрый

Перебивки: стандартная перебивка (звук бокала и пролистывание книги)

Текст: - Салат оливье состоит из вареной картошки, колбаски, яичка и что-то там еще, но я не помню, что. – Там точно есть картошка, точно есть зеленый горошек, и, наверное, что-то типа морковки. – Картошечка, горошек,

майонез и огурчики. Но я сама не готовила оливье, поэтому мне трудно сказать. – Картошка, колбаса, огурцы соленые и все.

Временной промежуток: 01:08- 03:16

Авторский текст: Я сама так же думала, четко зная, что четыре главных героя оливье — это колбаса, картошка, горошек и огурец. Но это было до того момента, пока не узнала горькую правду. История салата началась в 1860 году. В то время в Москву приехал молодой француз Люсьен Оливье. Он хотел быть поваренком при дяде, служившем в одном из модных московских ресторанов. Только, довольно быстро ему наскучило чистить картошку, взбивать яйца и резать зелень под присмотром вечно недовольного родственника. И он решил от него отделиться. Однажды в табачной лавке он столкнулся с купцом Пеговым, у которого, как и у Оливье была мечта открыть ресторан. И вскоре они открыли свой ресторан с красивым названием «Эрмитаж», в котором Оливье стал шеф-поваром. В этом-то ресторане он и придумал свое восхитительное блюдо, которое назвал в честь самого себя. Это необычное кушанье выглядело так. Не похоже на всем нам знакомый вариант, правда? Так как же этот шедевр из деликатесов превратился в салат из самых обычных продуктов? Пьяные гости «Эрмитажа» не оценили тонких изысков французского кулинара. Они просто смешали все это великолепие в одну кучу и дружно умяли под водочку. В следующий раз, Оливье нарезал все ингредиенты своего шедевра кубиками, перемешал их и щедро залил густым белым соусом. Каково же было удивление француза, когда через несколько дней в «Эрмитаж» потянулись все новые и новые посетители, требующие диковинное блюдо. Мсье Оливье только успевал подсчитывать выручку, радуясь своей ошибке и удивляясь специфическому вкусу богатых русских. А чтобы никто не воспользовался его ноу-хау, кулинар не стал записывать рецепт своего изобретения и каждый вечер лично готовил его для посетителей. Никому до сих пор так и не удалось повторить его шедевр, а мы можем только представить, насколько это было вкусно.

Входная заставка: перелистывание страницы книги.

Фоновая музыка: мелодия из м/ф «Рататуй», мелодия из к/ф «Его любимое время препровождения».

Перебивки: запись слова «Бонжур»; интершум(кафе); стук ножа по деревянной доске; звук громких разговоров, звук монет и звук кассы.

Текст: в центре ломтики филе рябчика, телячий язык, вокруг картофельный салат с икрой, крошечными корнишончиками, каперсами и нарезанным кубиками желе из бульона, для украшения — кружочки крутых яиц, а для особой пикантности — раковые шейки под соусом провансаль.

Временной промежуток: 03:16-04:47

Авторский текст: не переживайте, мы тоже сможем приготовить бюджетную или проще говоря студенческую версию салата Оливье. Я подчитала среднюю стоимость ингредиентов, и вот что у меня получилось: нам понадобится: куриная грудка 100 рублей; 5-7 листочков салата 30 рублей; крабовые палочки 70 рублей; пара маринованных огурцов 40 рублей; оливки 60 рублей; три отварных яйца 14 рублей; майонез 40 рублей. И того такой салатик обойдется нам в 354 рубля! Когда оригинальная версия «Оливье» обошлась бы в 2,500! Ну что приступим к приготовлению?

Куриную грудку обжариваем в масле. Важный момент! вертеть курицу на сковороде не нужно. Достаточно обжарить ее с каждой стороны по разу. Готовое, остывшее мясо курочки режем на средние кусочки. Так же нарезаем крабовые палочки и маринованные огурчики. Выкладываем ингредиенты порционно на тарелки вместе с листьями салата. Украшаем блюда половинкой яйца, и добавляем майонез по вкусу. Вуаля. Салат готов!

Представьте, как удивятся ваши друзья, когда узнают, что они едят «Оливье». В котором совсем нет колбасы, картошки и горошка. Приятного вам аппетита! Автор программы Юлия Павлова.

Входная заставка: перелистывание страниц и отбивка «Ну что, приступим к приготовлению?»

Фоновая музыка: Мелодия без слов. Темп быстрый.

Перебивки: Звуки рисующего карандаша после перечисления каждого ингредиента. А также, звуки: кассы, бурлящей воды, стука ножа по разделочной доске, перемешивания массы в миске и жарка на сковороде (записывались самостоятельно)

Ключевые отличия печатного текста от радио:

В печатном формате было использовано 6 изображений. 2 из них иллюстрации, остальные – авторские фотографии.

Текст печатного формата, был несколько видоизменен. Так как, у текста для радио - разговорная форма подачи материала. Еще одним критерием изменения вида печатного текста, послужило то, что аудио выпуск, был записан перед новым годом, поэтому, тематика выпуска соответствующая. На момент публикации, текстовую версию пришлось изменить. Например, в аудио, следующий текст: *с чем у вас ассоциируется Новый Год?? Конечно, это запах ели, кисло-сладкий вкус мандаринов, «Ирония судьбы» и, конечно же, много-много салата оливье. Тарелку, тазик, а лучше сразу два, чтоб на все праздники хватило. Да что там говорить, салат «Оливье» давно стал у нас полноправным символом встречи Нового года.*

А в печати такой: *с наступлением тепла всё больше хочется сбросить лишний вес. Только не всегда и не у всех это получается. К примеру, я, ограничивая себя правильным питанием, срываюсь при виде любимого салата «Оливье». Блюдо очень калорийно, так как в его состав по общеизвестному рецепту входят картофель, майонез, колбаса и зелёный горошек. Но так ли это на самом деле?*

В структуру выпуска входят подкасты – выдержки из аудио текста. (опрос, текст, прочитанный актером от лица шеф-повара).

Справка: выпуск пятый; тема выпуска: «Лимонад»; опубликован 15 мая 2018 года.

Выбор темы выпуска определен не случайно. Поддержание здорового образа жизни, во многом зависит от того, что мы пьем. В жаркую пору, одним из излюбленных напитков становится лимонад. Поэтому, было решено посвятить выпуск данной теме с целью разобраться, в чем польза лимонада.

Опрос проводился с помощью социальной сети «в контакте». Опрашиваемые, высылали ответы на вопрос «Что такое вишисуаз» голосовым сообщением. Аудио дорожка скачивалась при прочтении кода страницы. Всего, в опросе приняли участие 34 человека.

Сценарий аудио выпуска:

Временной промежуток: 00:00-00:39

Авторский текст: здравствуйте дорогие друзья! Вот и наступило солнечное жаркое лето, которое все так долго ждали. Кажется, ждали все кроме меня. В такую погоду не очень-то хочется находиться на палящем солнышке и изнурять себя жарой. Приятнее нежится в теньке, и попивать прохладный лимонад, например. Этот напиток, кстати, любят многие за приятный прохладный вкус и конечно же углекислый газ, который немного шипит во рту. Без этого, представить себе лимонад очень сложно.

Входная заставка: Начальная заставка «Истории на закуску» Используются звуки шума посуды и процесса приготовления пищи. А также авторский текст: «Истории на закуску. Вкусное об интересном, интересное о вкусном».

Фоновая музыка: мелодия из м/ф «Рататуй».

Перебивки: звук пролистывания страницы.

Временной промежуток: 00:39-01:17

Авторский текст: а вы можете представить себе лимонад без пузырьков?

Входная заставка: используются звуки звона бокала и перелистывания страниц. А также авторский текст: «Внимание вопрос».

Фоновая музыка: детская песня мелодия. Темп быстрый

Перебивки: стандартная перебивка (звук бокала и пролистывание книги)

Текст: - если убрать из простого лимонада их, это будет просто сахарный напиток со вкусом. Все. - Я считаю, что лимонад, останется лимонадом даже без газа. Потому, что, когда газ выветривается, сам напиток остается прежним, только менее газированным и все. – Тогда это будет негазированный лимонад. – Да, мне кажется, это будет другой напиток.

Временной промежуток: 01:17- 03:33

Авторский текст: на самом деле, лимонад может быть, как с пузырьками, так и без. Это обстоятельство, зависит от воды! Не стоит забывать, что в первую очередь лимонад - это вода и сок. Напиток появился на свет благодаря ошибке слуги короля – Людовика Первого. Изобретатель имел должность виночерпия. Он ведал о напитках, разливал их и подавал к столу. В один из дней, виночерпий перепутал бочки и вместо вина налил в королевский бокал сока. Бедняга обнаружил эту страшную ошибку, уже на пути к столу! Но исправить ситуацию, все же осмелился. В бокал Людовика, виночерпий незаметно долил минеральной воды. Отпив немного, король спросил: что это? Виночерпий ответил: «Шорле, ваше величество»! На счастье, придворного, напиток пришелся королю по вкусу. С тех пор, «Шорле» или как нам привычнее – лимонад стал очень популярен. В состав напитка входили минеральные воды. Которые привозились из специальных источников. Добавляли в жидкость различные травы и соки.

Широко известен лимонад для нас сал во времена СССР. С тех пор, напиток очень полюбился нами и обрел необыкновенную популярность. Но, к сожалению, сегодня чаще мы с вами пьем лимонад из магазина, который не славится своими полезными и вкусовыми свойствами.

Входная заставка: перелистывание страницы книги.

Фоновая музыка: мелодия из м/ф «Рататуй», мелодия из к/ф «Его любимое время препровождения».

Временной промежуток: 02:35-04:47

Авторский текст: о вреде и пользе такого напитка как лимонад, нам рассказала Ирина Мальцева, диетолог, специалист по снижению веса.

Входная заставка: перелистывание страниц, зон бокала и отбивка «Говорит Эксперт»

Фоновая музыка: Мелодия без слов. Темп быстрый.

Текст: безусловно, лимон является источником витаминов, да и минеральная вода сама по себе, тоже содержит много полезных веществ. Но, можем ли мы, тоже сказать и о лимонаде? Боюсь, что нет. Потому что в лимонаде содержится лимон в малых количествах, гораздо больше в нем сахара. Регулярное употребление лимонадов в больших количествах, может привести к таким болезням как: диабет, ожирение, гастрит. А если, например, у вас уже были проблемы с желудком, он может это только обострить. Газированная сладкая вода вызывает скачки давления. Но любимый напиток можно приготовить дома, тогда вы будете уверены в пользе этого продукта.

Временной промежуток: 02:35-04:55

Авторский текст: о вреде и пользе такого напитка как лимонад, нам рассказала Ирина Мальцева, диетолог, специалист по снижению веса.

Входная заставка: перелистывание страниц, зон бокала и отбивка «Говорит Эксперт»

Фоновая музыка: Мелодия без слов. Темп быстрый.

Текст: Промойте облепихи помните ягоды в емкости рукой или толкушкой. Так, чтобы из них выступил сок. Добавьте в емкость листья мяты и выдавите сок 1,5 лимона. Смесь перелейте в кувшин и залейте минеральной водой. Если для вас получится слишком кисло, то подогрейте пол стакана воды и растворите в ней сахар по вкусу (размешает ложечкой). Жидкость вылейте в графин. В заключении добавьте кубики льда и пару долек

лимона. Наш полезный лимонад готов! В такой порции напитка, содержатся достаточное количество витамина С, поэтому по праву мы сможем его назвать полезным. Но не смотря на пользу от напитка, забывать пить чистую воду все же не стоит. Заботьтесь о своем здоровье вкусно! Полезного лета вам, дорогие друзья. Автор программы Юлия Павлова.

Ключевые отличия печатного текста от радио:

В печатном формате было использовано 7 изображений. 3 из них иллюстрации, остальные – авторские фотографии.

Текст печатного формата, был несколько видоизменен. Так как, у текста для радио - разговорная форма подачи материала. Например, в аудио, следующий текст: *здравствуйте дорогие друзья! Вот и наступило солнечное жаркое лето, которое все так долго ждали. Кажется, ждали все кроме меня. В такую погоду не очень-то хочется находиться на палящем солнышке и изнурять себя жарой. Приятнее нежится в теньке и попить прохладный лимонад, например. Этот напиток, кстати, любят многие за приятный прохладный вкус и конечно же углекислый газ, который немного шипит во рту. Без этого, представить себе лимонад очень сложно.*

А в печати такой: *вот и наступило жаркое солнечное лето, которое все так долго ждали! Однако, по утверждениям врачей, это время года – одно из самых опасных по ряду причин. Одна из них – ускоренное обезвоживание организма. В жаркую погоду тело сильнее потеет, поэтому человеку необходимо намного больше пить. Проблема в том, что мы, как правило, пьем не самые полезные напитки, спасаясь от жажды, например, лимонадами из магазинов. Витаминов в них почти нет, а любят их за приятный вкус и углекислый газ – без него представить себе лимонад сложно.*

В структуру выпуска входят подкасты – выдержки из аудио текста. (опрос, текст комментариев фитнес тренера, специалиста по снижению веса).

2.3 Анализ выпусков проекта «Истории на закуску»

Для реализации приема *инфотейнмента* в проекте «Истории на закуску», мы совместили развлекательную составляющую с познавательной. *Информационной* составляющей выпусков «Истории на закуску», стали истории, описанные и рассказанные в каждом тексте проекта по теме. В каждом выпуске содержится информация об истории создания рецепта, о стране происхождения и географии распространения блюда, особенностях употребления. Как правило, в начале и в конце рассказа, делаются акценты на не стереотипы восприятие кулинарного блюда или ошибочных представлениях о нем. Например, фрагмент из текста: *«Так выглядит оригинал версии салата «Цезарь». Кстати, его до сих пор можно заказать в том самом ресторане. Стоит кушанье немало – 130 долларов. Подают его всего лишь с одной гренкой, а курицы, анчоусов, креветок и других продуктов в классическом салате нет»*. На этапе написания текста, были использованы интернет ресурсы с целью поиска и проверки информации, а также выявления стереотипов, связанных с тем или иным блюдом. В качестве источников информации использовались такие ресурсы как: foodbay.com, www.afizika.ru, lyubovm.ru, www.1001eda.com, goodmaster.com, cookingtime.ru, odesskiy.com, povarenok.ru, история-вещей.рф, supruzhestwo.ru, open-cook.ru, liveinternet.ru, caesarstijuana.com, visitefrance.ru, mafrance.ru, arborio.ru, my-france.club, upakovano.ru, klubkom.net, forum.vkyysno.ru и многие другие. Постоянной составляющей выпусков стали рубрики «Вопрос», где звучит выборка ответов людей на один, как правило, простой вопрос. Цель рубрики с одной стороны показать спектр мнений по определенному аспекту, выявить осведомленность людей в том или другом вопросе, с другой – развлечь аудиторию содержанием ответов, которые могут показаться отчасти комичными. К примеру, фрагмент опроса из выпуска «Истории на закуску. Сгущенка»: «Делаю в банке две дырки и высасываю из одной дырки всю

банку», «Стуценку ем в основном, добавляя в кофе. Если вне работы, то ложками. Это для того, чтобы никто не видел, как я ее потребляю», «Я ее ем с блином, или ем ложкой. Много или мало, не считаю». Кроме того, в каждом выпуске имеется мнение различных специалистов: диетолога Ольги Михайловой, фитнес тренера Ирины Мальцевой. В процессе работы над материалом использовались такие методы как сбор, анализ и проработка информации, опрос, интервью.

Развлекательной и интерактивной составляющей программы стала сама тема, форма, заимствованная у кулинарных шоу, способ подачи информации. Примером служит рубрика «Приступим к приготовлению». В этой части программы, рассказываются и описываются этапы приготовления блюда, о котором говорится в программе. В публикации, в данной части программы читатель сможет ознакомиться с фотоматериалом, помогающим более детально понять процесс приготовления конкретного блюда. Стоит отметить, что подобный текст без иллюстраций выглядит скучно и может не привлечь внимание к себе. Развлекательная направленность помимо фотографий, реализована в оригинальных иллюстрациях, сделанных автором и использованным в качестве обложки к публикации, так и внутри нее в качестве информационных составляющих. Например, цитаты из публикаций, список ингредиентов и их стоимость, и т.д. Стиль иллюстраций близок к юмористическому. Внешне проект напоминает публикации кулинарных сайтов, но при этом пользователь может видеть аудио фрагменты, активные ссылки, возможность просматривать материал в удобном для него порядке. Это обеспечивает такой важный элемент, как интерактивность.

Мультимедийность – еще одно важнейшее качество интернет-публикаций. Мультимедийность обеспечивается использованием разного вида контента. При этом, они составляют в единые публикации, дополняя друг друга, давая возможность пользователю получать информацию как визуального, так и аудио

характера. Тем самым задействовать все возможности восприятия публикации. Инфомолекулы мультимедийного проекта «Истории на закуску» следующие:

Подкастовые записи использованы в каждом выпуске проекта. При этом применение подкаста происходит в двух видах – аудио сюжет и подкасты отдельных элементов радиопрограммы. Аудитория может не слушать всю аудио версию радиопрограммы целиком, а обращаться к отдельным частям при прочтении материала в текстовом формате.

Текст аудио выпуска и печатного, отличаются рядом признаков: в печатном тексте, в отличие от аудио, присутствуют элементы фото и иллюстраций. Печатный текст, и аудио текст различаются стилем изложения. На радио, текст имеет свойства разговорности, обращенности, свойственной радиотекстам. Воспроизведение этого текста, наличие интонаций, голосовых окрасок, позволяет воспринимать его в более эмоционально форме и от первого лица (автора).

Фотолента в проекте– это фотографии, сделанные автором во время приготовления блюда. Эти иллюстрации облегчают восприятие описания этапов готовки и делают текст более понятным. Это должно привлекать внимание пользователей своей не типичностью для таких СМИ, как сайт молодежного медиа-холдинга. Фотолента не содержит фотоиллюстраций других авторов и является неотъемлемой частью проекта.

Статичные иллюстрации, представленные в публикации, так же являются авторскими. В рисунках и иллюстрациях присутствует элемент легкости и игривости. В структуре проекта есть 3 стандартных иллюстрации, смысловое наполнение которых менялось от выпуска к выпуску. В ходе реализации проекта использование одной и той же формы статичных иллюстраций позволило объединить разный контент в единую форму публикаций. Еще одной важной функцией статичного рисунка стала узнаваемость проекта на сайте медиахолдинга.

Формат, который получился в итоге, уникален в своем роде. При анализе кулинарных проектов, мы обнаружили, что чаще подобные работы реализованы в форматах: видео+текст, фото+текст, фото+видео+текст, и отдельно текст, аудио и видео. В нашем проекте мультимедийным содержанием выступили: аудио+текст+фото. Стоит отметить, что данный формат выбран намеренно.

Анализ выпусков программы, позволил сделать вывод о том, что не хватает еще одного вида контента – видео иллюстрации. На этапе разработки проекта, мы намеренно отошли от использования видео, т.к. не могли определить его функциональную нагрузку для данного проекта. Но на этапе реализации и анализа готового продукта, поняли, что логично дополнять текст обучающим видео, наглядно демонстрирующим приемы обработки продуктов. Мы предполагаем, что основная, студенческая аудитория проекта, может не знать этих вещей. И в данном случае, лучше один раз показать, чем рассказать. Фотографии с этой задачей справляются не всегда.

Опираясь на описание основных функций и жанровых особенностей сторителлинга, мы проанализируем, какие из них реализованы в данном проекте.

Коммуникативная функция сторителлинга, обозначается как повышение эффективности общения за счет рассказа истории. Важнейшим признаком жанра является наличие героя, которого читатель может ассоциировать с самим собой. К сожалению, в проекте, эта функция сторителлинга реализована не в достаточной мере. Предположительно героем должен стать сам автор, который является студентом, соответствует возрастной группе аудитории. Ошибка заключается в том, что в цикле выпусков не прослеживается единая история – героя студента (автора). При создании новых выпусков проекта, необходимо учитывать этот аспект. Мы предлагаем усилить образ автора как личности студента, который каждый раз, рассказывает свою историю в подводке. Сама история, должна быть тесно связана с блюдом, которому будет посвящен выпуск.

Утилитарная функция сторителлинга, то есть функция, с помощью которой автор простым языком доносит до читателя сложное содержание. Это реализуется в проекте благодаря тому, что не делается акцента на теории химических процессов, а все подается в легкой и понятной слушателю форме. Например: *«К тому времени француз Николя Франсуа Анпер уже не первый год трудился над увеличением срока хранения продуктов. Однажды, прокипятив в герметичной посуде фруктовый сок, он обнаружил, что эмульсия сохраняет свойства. Произошло это в далёком 1804 году!»*. Разговорность стиля речи ведущего упрощает восприятие информации.

Управленческая функция предполагает вовлечение слушателя в процесс самообразования. В данном случае, функция сторителлинга так же реализована, так как программа помимо развлекательной функции, реализовывает познавательную, расширяя поле знаний в области истории, географии, кулинарии. Кроме того, обучает приготовлению тех или иных блюд. Принципиальным моментом стал критерий отбора рецепта. Все блюда для темы выпуска выбираются простые, но необычные на вкус. Такое может приготовить и человек не имеющий больших поварских навыков. Принцип от простого к сложному может быть заложен в перспективе проекта. Это позволит не только получить навыки приготовления блюд, но и развить их путем повышения уровня сложности приготовления блюд. Предполагается что проект будет толчком и для самообразования аудитории как в развитии определенных навыков, так и в поиске дополнительных знаний.

Таким образом, анализ показал, что авторский мультимедийный проект «Истории на закуску» реализовывает принципы мультимедийности, основан на методе инфотейнмента и соответствует жанру сторителлинга. Выявленные перспективы развития проекта помогут сделать его более привлекательным для целевой аудитории и качественным в содержании. Уникальность формата может быть применена и в других мультимедийных проектах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы над проектом, была проанализирована научная литература, в которой исследуются, жанр сторителлинга, метод инфотейнмента и свойства мультимедиа. Эти современные выразительные ресурсы позволяют автору, с помощью развлекательно-познавательного формата привлекать больше аудитории к теме проекта.

На стадии разработки проекта и проработки научной литературы, нами было выявлено, что жанр *сторителлинга*, в предложенной нами форме, будет логично вписан. Особенностью жанра, является рассказ истории читателю, на чем и построены выпуски проекта «Истории на закуску». В этом случае, тексты трудные для восприятия, рассказываются аудитории, как единая, четко выстроенная история. Еще одной особенностью жанра сторителлинга является то, что рассказанная автором история должна прослеживаться в каждом материале. Предметом сторителлинга, является - история. Отражением сторителлинга в проекте, является история героя автора. Целевая установка жанра - простой рассказ о сложном, увлечение аудитории с помощью легкости повествования. Это обеспечит узнаваемость проекта среди других похожих.

Неотъемлемым содержанием мультимедийного проекта, является непосредственное наполнение его элементами мультимедиа. Разрабатывая проект «Истории на закуску», мы определили, что основными мультимедийными составляющими, должны быть текст и аудио программа.

По теории исследователя Н. Лосевой элементы мультимедиа можно назвать инфомолекулами, которые соединяясь, создают новое пространство восприятия информации.

Была разработана концепция авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску»:

Идеей проекта «Истории на закуску, является то, что в современных кулинарных проектах, авторы опираются на формат видео, практически не

используя аудио. Это происходит по объективным причинам. Процесс приготовления легче увидеть, чем услышать. Проект «Истории на закуску» в своей основе содержит формат аудио, что было задумано намеренно. Этот подход позволил не только расширить количество используемого мультимедийного контента в проекте, но и позволил обращаться к проекту в условиях, когда не доступен экран компьютера – в транспорте, на прогулке, во время приготовления блюд.

Нами был определен *формат*: «Истории на закуску», – это мультимедийный проект, в котором ведущей является аудио-платформа, а основным носителем информации – радиопрограмма.

Актуальность мультимедийного проекта «Истории на закуску», заключается в том, что тематическая составляющая мультимедийного проекта «Истории на закуску» несёт в себе как прагматическую составляющую, так и познавательную направленность. Проект, ориентирован на молодежную аудиторию, а конкретно – студенческую. Данный выбор обоснован тем, что как правило, студенты, отрываясь от домашнего уюта, сталкиваются с проблемами бытового характера. Возможность получить информацию о простых и полезных блюдах, которые можно приготовить даже в условиях общежития, как предполагалось нами, является привлекательным для выбранной нами аудитории. Ко всему прочему, выпуски авторского мультимедийного проекта «Истории на закуску» размещены на сайте молодежного медиахолдинга «Есть talk», что еще раз доказывает актуальность выбранной темы и аудитории. В тоже время, проект не ограничивается рассказом о рецепте. История создания блюда, традиции, связанные с ним, особенности продуктов, которые используются, позволяют расширить кругозор аудитории. Прагматическая и просветительская направленность проекта делает его актуальным для данной аудитории.

Были разработаны *сценарии* мультимедийного проекта «Истории на закуску». Отметим основные моменты, которые были подробно расписаны в каждом выпуске. В начале каждого сценария была расписана справка о

материале, а также основные этапы, выделенные при работе над проектом. В сценарных разработках прописаны все составляющие элементы радиопрограммы, относительно конкретного промежутка времени: подводка, авторский текст, заставки, вводные заставки и музыка.

Стоит отметить, что при создании других выпусков проекта, рекомендуется усилить коммуникативную функцию сторителлинга. С повышением роли автора, усилится эффект восприятия текста аудиторией. Во время анализа мультимедийного проекта «Истории на закуску» обнаружено, что в цикле выпусков не прослеживается единая история - героя студента (автора). Мы предлагаем усилить образ автора как личности студента, который каждый раз, рассказывает свою историю, в подводке к истории рецепта. Сама история, должна быть тесно связана с блюдом, которому будет посвящен выпуск.

Развитие проекта, можно считать перцептивным, так как при учете, выделенных нами нюансов и предположительных ошибок, проект «Истории на закуску», может развить в проекте жанровые элементы сторителлинга, а именно для того, чтобы в каждом выпуске прослеживалась единая история. Использовать не задействованные инфомолекулы такие как видео иллюстрации для облегчения восприятия отдельных фрагментов текста. Поэтому, логичным будет продолжение использования инфотейнмента в других выпусках.

Таким образом анализ показал, что авторский мультимедийный проект «Истории на закуску» реализовывает принципы мультимедийности, основан на методе инфотейнмента и соответствует жанру сторителлинга. Выявленные перспективы развития проекта помогут сделать его более привлекательным для целевой аудитории и качественным в содержании. Уникальность формата может быть применена и в других мультимедийных проектах. Из этого следует, что все задачи, которые были поставлены перед нами в самом начале исследования-реализованы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Baluyan, S. R. Multimedia technologies in foreign language teaching: digital storytelling / S. R. Baluyan// Information innovative technologies. – 2017. – №1. – С. 5–8.
2. Phillips, A. A Creator’s Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audi-ences Across Multiple Platforms – Режимдоступа: <http://www.amazon.com/Creators-Guide-Trans-media-Storytelling-Captivate/dp/0071791523>
3. Kalugina, E. G. The influence of citizen journalism on the internet media sector: demarcation between online media and other network resources / E. G, Kalugina // World of media. – 2017. – №7. – С. 229–250.
4. Kulchitskaya, D.Y. Multimedia text in journalism: an analysis of Russian and American mass media / Kulchitskaya D. Y. // Worldofmedia. – 2014. – №4. – С. 265–275.
5. Marsunova, V. D. Intellectual journalism vs copy-paste journalism / V. D. Marsunova // Worldofmedia. – 2014. – №4. – С. 252–265.
6. Автаева, Н. О. Жанр сторителлинг в современных региональных СМИ: функциональные и тематические особенности публикаций [Текст] / Н. О. Автаева // Международный научно-исследовательский журнал, 2017. – № 66. – С. 6–8.
7. Барабаш, Н. С. Ведущий радиопередач: творческая типология: учеб. пособие [Текст] / Н. С. Барабаш. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2003. – 100 с.
8. Бараш, Д. С. Радиожурналистика: учеб. пособие [Электронный ресурс] / Д.С. Бараш. – М. : Издательство Московского университета, 2000. - Режим доступа:[http:// evartist. narod.ru /text5/44](http://evartist.narod.ru/text5/44)
9. Байдина, В. С. Свойства медиатекста и свойства социального времени: проблематика отражения и восприятия темпоральности в журналистике

- [Текст] / В. С. Байдина // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – С. 105-108.
- 10.Вартанова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ [Текст] / Е. Л. Вартанова // Информационное общество, – 1996. – № 5. – С. 11–14.
- 11.Вартанова, Е. Л. СМИ России как индустрия развлечений. Научное исследование для журнала «Медиаскоп» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/issues/250>
- 12.Величко, А. П. Проблемы инфотейнмента в современной традиции телевидения [Текст] // Творчество В. И. Лихоносова и актуальные проблемы развития языка, литературы, журналистики, истории.– Краснодар: Материалы I Международной научно-практической конференции, 2017. –С. 275-282.
- 13.Власова, Е. Г. Сторителлинг как основа функционирования СМИ в социальных сетях [Текст] / Е. Г. Власова. – СПб.: Материалы II Международной научно-практической конференции, 2017. – С. 27-29.
- 14.Власова, Е. Г. Сторителлинг как символическая информационно-коммуникативная технология [Текст] / Е. Г. Власова // Политическая лингвистика, 2015. – № 4. – С. 150-153.
- 15.Гражданский кодекс РФ (часть четвертая) : офиц. Текст (ред. 14.11.2017) №230-ФЗ // СПС «Консультант плюс». –Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/
- 16.Добросклонская, Т. Г. Язык средств массовой информации : учебное пособие [Текст] / Т. Г. Добросклонская. – М. : Книжный дом университет, 2012. – 116 с.
17. Евдокимов, В. А. Инфотейнмент в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии [Текст] / В. А. Евдокимов. – Омск : Омская гуманитарная академия, 2010. –С.214–219.

18. Жуков, А. С. Тексты в формате инфотейнмента в прессе [Текст] / А. С. Жуков // Молодой учёный, 2014. – № 4. – С. 131–133
19. Зверева, Н. В. Школа регионального журналиста: учебное пособие [Текст] / Н.В. Зверева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 320 с.
- 20.Зубрий, А. А. Сторителлинг в электронном обучении[Текст] // Роль образования в формировании экономической, социальной и правовой культуры. – СПб.: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2014. – С. 491–493.
- 21.Кульчицкая, Д. Ю. Мультимедиа и СМИ [Текст] / Д. Ю. Кульчицкая // Вопросы теории и практики журналистики, 2012.–№ 2. – С. 100–105.
- 22.Лазутина, Г. В. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие [Текст] / Г. В.Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
- 23.Лапчик, М. П. Методика преподавания информатики: учеб. пособие [Текст] / М. П. Лапчик. М. : Издательский центр «Академия», 2001. -- 642 с.
24. Лебедева, Т. В. Жанры радиожурналистики: учеб. пособие [Текст] / Т. В. Лебедева. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 226 с.
25. Лосева, Н. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные: учеб. пособие [Текст] / Н. Лосева. –М. : ФОКУС-МЕДИА, 2010. –200с.
26. Лукина, М. М. СМИ в пространстве интернета: учеб. пособие [Текст] / М.М. Лукина, И. Д. Фомичёва. М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005.–89 с.
- 27.Медиа-ресурс [dic.academic.ru](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/274779). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/274779>
28. Мельник, Г. С. Основы творческой деятельности журналиста. Часть 1. Краткий курс лекций. Часть 2. Хрестоматия : учеб. пособие [Текст] / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2006. – 272 с.

29. Осетрова, А. С. Функциональная роль инфотейнмента в электронных, федеральных и региональных СМИ [Текст] // А. С. Осетрова. – Симферополь : Крымский фед. ун–т им. В.И. Вернадского, 2017. С. 78–79.
30. Патентный поиск в РФ freepatent.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.freepatent.ru/patents/2426456>
31. Пескова, Д. Р. Коммерческая тайна. О критерии эффективности коммерческой тайны [Текст] / Д. Р. Пескова // Креативная экономика, 2009. – № 6-1. – С. 35–41.
32. Поцелуев С. П. Ток–шоу как познавательная модель политического конфликта [Текст] // Политическое пространство и социальное время. – Симферополь: «Ариал», 2016. –С. 165–168.
33. Распопова, С.С. О понятии «жанр» в теории журналистики [Текст] / С.С. Распопова // Вестник Челябинского государственного университета, 2012. – №6. – С. 114–117.
34. Рождественская, Е. Трансмедиальный сторителлинг в поисках национальной идеи России [Текст] / Е. Рождественская // Логос, 2015. – № 3. – С. 197–223.
35. Самарцев, О. Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: учеб. пособие [Текст] / О. Р. Самарцев, Я. Н. Засурский. –М. : Академический проект, 2009. – 528 с.
36. Смирнов, В. В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / В. В. Смирнов. –М. : Аспект Пресс, 2002. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5199338/>
37. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%A8%D0%BE%D1%83&all=x&lop=x&bts=x&ro=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x>

38. Технологичная исследовательская компания mediascope.net. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/audience/>
39. Тордова, О. В. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент [Текст] / О. В. Тордова // Современные проблемы науки и образования, 2014. – № 4. – С. 610.
40. Троценко, Л. А. Типологические и формально-содержательные особенности программ о путешествиях на российском телевидении [Текст] // Л. А. Троценко // Ученые заметки ТОГУ, 2017. – № 1. – С. 231–234.
41. Улюра, А. А. Телевидение Юго-восточной Азии: новости vs реалити-шоу [Текст] / А. А. Улюра, Фам МиньЧанг, МиродошиРаджинерКумар // Исторические, философские, политические, и юридические науки, культурология и искусствоведение: вопросы теории и практики, 2017. – № 86. – С. 184–188.
42. Фёдоров, А. В. Структурный анализ функционирования медиа в социуме и медиатекстов на занятиях в школе [Текст] // Школьные технологии, 2012. – №2. С. – 144-149.
43. Фёдорова, Т. В. Edutainment: textcreolizedandcommunicativesituationimitating [Текст] / Т. В. Фёдорова, Е. А. Омельченко // Материалы научной сессии 2016 Борисоглебского филиала ФГБОУ ВО "ВГУ". – Борисоглебск: «Кристина и К», 2016. – С. 6–7.
44. Хлызова, А.А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях [Текст] / А.А. Хлызова // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 73–76.
45. Цвик, В. Л. Телевизионная служба новостей: учеб. пособие [Текст]/ В. Л. Цвик.–М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. –496 с
46. Шестакова, Э. О природе и структуре медиатекста кулинарного шоу[Текст] // Стилистика: речь и текст. – Минск: "Адукацыя і выхаванне", 2017. – С. 418–430.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_1_Sgushchyenka/

ЕСТЬ TALK! 12+

Войти | Регистрация

ТОЛКОВОСТИ НАУЧПОП УЧИТЬСЯ КАК НАДО С МЕСТА В КАРЬЕРЕ СЛОВО ШКОЛАМ СПЕЦПРОЕКТЫ ТОЛК РАДИО ТОЛК ТВ АНОНСЫ

Истории на закуску

Мистер и Мисс ТГУ

Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион»

Этикетка

Ликбез

Истории на закуску. Выпуск 1. Сгущёнка

7 февраля 2018 Юлия Павлова

Во время сессии так и хочется побаловать себя чем-нибудь сладким. Шоколадки, сухофрукты и всевозможные кондитерские изделия заменяют студентам антидепрессанты. Я, например, балую себя не очень хитрым десертом – сгущёнкой. А если к ней добавить ещё и кусочек батона – будет просто объедение.

▶ 0:00 / 0:33 🔊 ⋮

Как и с чем вы любите есть сгущённое молоко?

Не все знают, но сгущёнка появилась на свет с подачи Наполеона. Солдат в походах, как и всех остальных, нужно было чем-то кормить. Армия должна была иметь в арсенале продукты, которые можно употреблять в пищу и через полгода. Тогда французское правительство объявило: тот, кто найдёт решение проблемы с питанием, получит награду и солидную премию в размере двенадцати тысяч франков.

К тому времени француз **Николя Франсуа Аппер** уже не первый год трудился над увеличением срока хранения продуктов. Однажды, прокипятив в герметичной посуде фруктовый сок, он обнаружил, что эмульсия сохраняет свойства. Произошло это в далёком 1804 году. Затем Аппер выяснил, что и молоко после термической обработки в металлических банках сохраняет свои качества. Этого результата француз добивался целых 14 лет! Награду изобретатель получил из рук самого Наполеона.

С того времени прошло более двухсот лет, но рецепт качественной сгущёнки остался без изменений. Её любят и взрослые, и дети. Открытым остаётся только вопрос о пользе продукта.

▶ 0:00 / 0:51 🔊 ⋮

О вреде и пользе сгущённого молока рассказывает диетолог, специалист по снижению веса Ольга Михайлова.

– Состав сгущённого молока максимально прост: молоко и сахар. Никаких других компонентов быть не должно, ведь это продукт детского питания. В нем содержится 43,5 процента сахара. Жирность от 8,5 процентов и более. В одной банке молока содержится 1200 калорий. При таком раскладе этот продукт противопоказан людям с избыточным весом, а также при ожирении и сахарном диабете. Помимо этого сгущёнка может стать причиной кариеса. Польза у этого продукта всё же есть. Она содержит много кальция, витаминов и полезных минералов, в ней не содержится дрожжей и пищевых добавок, в отличие от других сладостей. Я советую употреблять её не как самостоятельный продукт, а в сочетании с сырниками или несладкими блинчиками до 13:00. Норма сгущённого молока – две столовые ложки. Помните: тому, кто знает меру, можно всё!

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_1_Sgushchyenka/



Конечно, во всём нужно знать меру. В деле со сгущёнкой – особенно. Если вы сладкоежка, но следите за фигурой, отказываться от такого лакомства необязательно. Специально для вас я нашла рецепт бюджетных (около 150 рублей) и простых в приготовлении конфет со сгущённым молоком.



Приступим к приготовлению!



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_1_Sgushchyenka/



Приступим к приготовлению!



Сгущёнку вливаем в кастрюлю с толстым дном. Добавляем масло.



Ставим кастрюлю на слабый огонь и постоянно помешиваем, пока сливочное масло не растопится. Снимаем кастрюлю с огня.



Защищено | https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_1_Sgushchyenka/



Формируем из остывшей массы небольшие шарики. Внутри каждого добавляем изюм.



Обваливаем конфеты в кокосовой стружке. Десерт готов!

Такая сладость в умеренном количестве может быть полезной и не навредит фигуре даже во время сессии.

Приятного аппетита!

При создании программы использовалась информация с ресурсов irakovano.ru, istoriya-veщей.рф, klubkom.net, forum.vkysno.ru.

[#Истории на закуску](#) [#Еда](#) [#Рецепт](#)

Читайте также:

Защищено | https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_1_Sgushchyenka/

ЕСТЬ TALK! 12+

Войти | Регистрация

ТОЛКОВОСТИ НАУЧПОП УЧИТЬСЯ КАК НАДО С МЕСТА В КАРЬЕРЕ СЛОВО ШКОЛАМ **СПЕЦПРОЕКТЫ** ТОЛК РАДИО ТОЛК ТВ АНОНСЫ

Истории на закуску Мистер и Мисс ТГУ Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион» Этикетка Ликбез

Истории на закуску. Выпуск 1. Сгущёнка

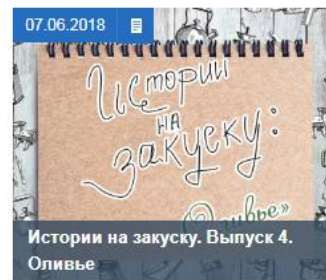
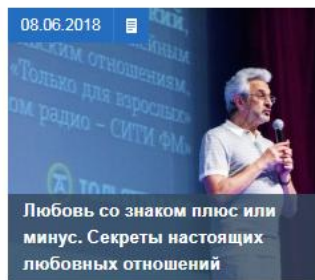
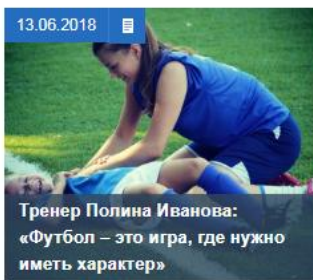
7 февраля 2018 Юлия Павлова

Юлия Павлова

Истории на закуску. Выпуск 1. Сгущёнка

0:00 / 5:07

Читайте также:



Поделиться с друзьями

f 0 t B B Пожаловаться

Медиахолдинг «ЕСТЬ TALK!»

МЕДИАХОЛДИНГ «ЕСТЬ TALK!»

Поиск...

Медиахолдинг «ЕСТЬ TALK!»

О нас
О сайте
Контакты
Редакторам
Пользовательское соглашение
Авторам



Запуск сайта — RuMaster

© 2016-2018 Молодёжный медиахолдинг «Есть talk!». Все права на изображения и тексты принадлежат их авторам. Свидетельство о регистрации СМИ ЭЛ № ФС 77 - 65395. Сетевое издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_2_Vishisuaz/

ЕСТЬ TALK! 12+

Войти | Регистрация

ТОЛКОВОСТИ НАУЧПОП УЧИТЬСЯ КАК НАДО С МЕСТА В КАРЬЕРЕ СЛОВО ШКОЛАМ СПЕЦПРОЕКТЫ ТОЛК РАДИО ТОЛК ТВ АНОНСЫ

Истории на закуску

Мистер и Мисс ТГУ

Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион»

Этикетка

Ликбез

Истории на закуску. Выпуск 2. Вишисуаз

4 Мая 2018 Юлия Павлова

В жаркий летний день хочется спрятаться где-нибудь от солнца и потягивать в тени холодный фреш. Однако помочь быстро освежиться могут не только напитки, но и еда, например, любимая нами окрошка, сытный свекольник или лёгкий холодный суп вишисуаз. Последний, несмотря на сложное французское название, очень прост в приготовлении.

На вопрос о том, что такое вишисуаз, никто из опрошенных не дал правильного ответа.

– Видимо, это какой-то салат. Или китайский, или японский. Точно не могу сказать. Никогда его не готовила.

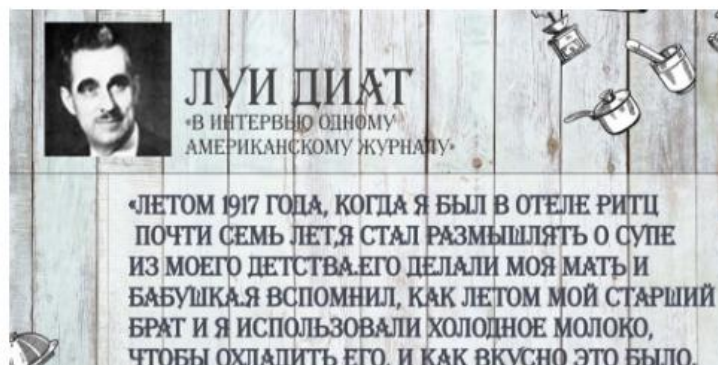
– Это какая-нибудь ягода.

– Может быть, какой-нибудь вишнёвый напиток.

– Предполагаю, что это как-то связано с тортами. Может быть, это вишнёвый торт? Тут я не шибко умная. Но может, это какой-нибудь крем или начинка для торта.

Традиция готовить холодные супы, как предполагается, связана с именем короля Франции **Людовика XV**. Опасаясь быть отравленным своими приближёнными, он требовал от придворных первыми пробовать подаваемые ему на стол блюда. До Людовика блюдо доходило уже остывшим. Однако после того, как Людовик неожиданно признался, что холодный суп ему очень понравился, первое блюдо к королевскому столу приносили охлаждённым.

Вишисуаз придумали спустя более чем 100 лет после смерти Людовика XV. Автором блюда назвал себя шеф-повар **Луи Диат**, работавший в отелях «Ритц» в Париже и Нью-Йорке.



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_2_Vishisuaz/

Франции.

Пора на кухню

Чтобы сварить вишисуаз на семью из 4-5 человек, понадобятся следующие ингредиенты.



У меня дома не оказалось лука-порея, и я решила попробовать приготовить вишисуаз с обычным зелёным луком. Получилось ничуть не хуже.



В кастрюле с толстым дном обжарьте репчатый лук вместе с нарезанным пореем или зелёным луком, пока масса не станет мягкой. Затем добавьте в кастрюлю порезанный кубиками картофель и влейте бульон. Кипятите на медленном огне около тридцати минут, пока картофель не станет мягким.

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_2_Vishisuaz/

В кастрюле с толстым дном обжарьте репчатый лук вместе с нарезанным пореем или зелёным луком, пока масса не станет мягкой. Затем добавьте в кастрюлю порезанный кубиками картофель и влейте бульон. Кипятите на медленном огне около тридцати минут, пока картофель не станет мягким.



Дайте супу немного остыть, добавьте сливки и измельчите блендером до однородности.



После этого суп желательно протереть через сито и как следует охладить в холодильнике. Перед подачей можно украсить блюдо гренками. Приятного аппетита!



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_2_Vishisuaz/



После этого суп желательно протереть через сито и как следует охладить в холодильнике. Перед подачей можно украсить блюдо гренками. Приятного аппетита!

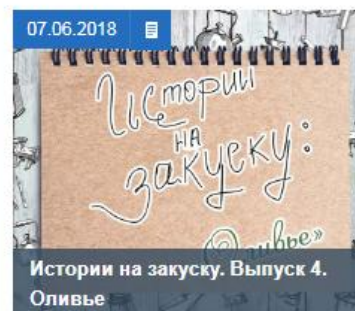
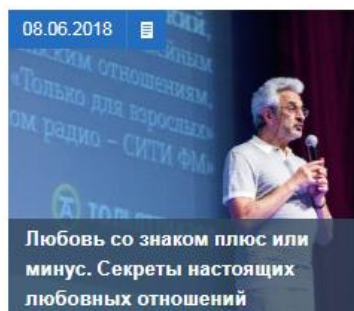
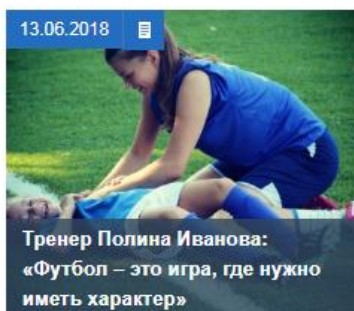


Даже если лето не радует жарой, а вместо мороженого хочется чая, отказываться от тарелки вишисуаза не стоит: вспомните, что сто лет назад его ели только в холодное время года. Может, не просто так?..

В выпуске были использованы материалы сайтов: visitefrance.ru, mafrance.ru, arborio.ru, my-france.club, а также материалы из сборника «100 рецептов французской кухни» (издательство «Знание», 1990 год).

#Истории на закуску #Кулинария #Кухня #Рецепт

Читайте также:



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_2_Vishisuaz/

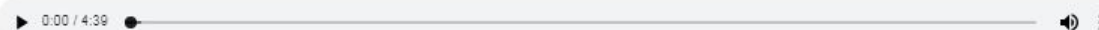
ТОЛКОВОСТИ НАУЧПОП УЧИТЬСЯ КАК НАДО С МЕСТА В КАРЬЕРЕ СЛОВО ШКОЛАМ **СПЕЦПРОЕКТЫ** ТОЛК РАДИО ТОЛК ТВ АНОНСЫ

Истории на закуску Мистер и Мисс ТГУ Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион» Этикетка Ликбез

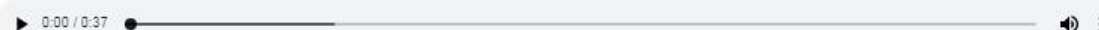
Истории на закуску. Выпуск 2. Вишисуаз

4 Мая 2018 Юлия Павлова

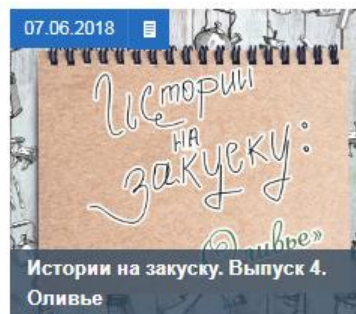
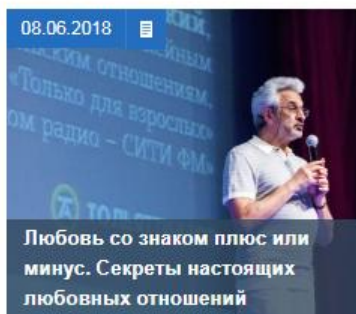
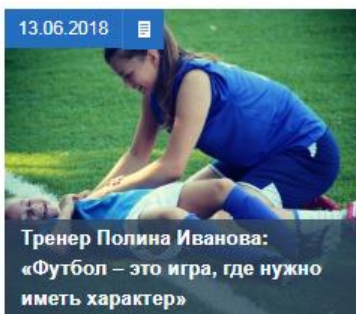
Юлия Павлова
Истории на закуску. Выпуск 2. Вишисуаз



Юлия Павлова
Опрос



Читайте также:



Поделиться с друзьями



Через сервисы статей

МЕДИАХОЛДИНГ «ЕСТЬ TALK!»

Поиск...

О нас
О сайте
Контакты
Рекламодателям
Пользовательское соглашение



Создан на базе — RuKicker

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_3_TSezar/

ЕСТЬ TALK! 12+

Войти | Регистрация

ТОЛКОВОСТИ НАУЧПОП УЧИТЬСЯ КАК НАДО С МЕСТА В КАРЬЕРЕ СЛОВО ШКОЛАМ **СПЕЦПРОЕКТЫ** ТОЛК РАДИО ТОЛК ТВ АНОНСЫ

Истории на закуску

Мистер и Мисс ТГУ

Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион»

Этикетка

Ликбез

Истории на закуску. Выпуск 3. Цезарь

28 Мая 2018 Юлия Павлова

Услышав слово «цезарь», в первую очередь представляешь салат. Думаю, гурманы согласятся с этим утверждением. Сегодня это блюдо знают во всех уголках земного шара, и увидеть салат «Цезарь» можно в каждом втором заведении общественного питания. Впрочем, из-за того, что кафе и рестораны стремятся показать свою неповторимость в подаче и рецептуре, большинство ценителей салата не знают, что едят неправильный «Цезарь».

– Из чего состоит салат «Цезарь»?

Версий, согласно которым блюдо появилось на свет, множество. Наиболее близкая к реальности заключается в том, что салат получил своё название не благодаря императору Гаю Юлию Цезарю. Он был назван в честь простого предпринимателя из Италии, которого звали **Цезарь Кардини**. После Первой мировой войны Кардини вместе с братом **Алексом** эмигрировал в США и открыл маленькое заведение Caesar's Place, совмещающее отель и ресторан. Поскольку в те годы в Соединённых Штатах царил «сухой закон», Кардини открыл заведение фактически на территории Мексики. Такой ход принёс предпринимателю немало денег: в 1924 году Caesar's Place было оккупировано звёздами Голливуда, которые пересекали границу с единственной целью – хорошенько выпить.

С напитками у Кардини проблем не было, а вот продуктов на кухне оказалось недостаточно. Чтобы не ударить в грязь лицом перед кинозвёздами, решено было приготовить закуски из того, что оставалось в закромах кафе. Однако высокие гости ресторана неожиданно пришли в полный восторг от простого, но вкусного блюда. [Чем же накормил кулинар посетителей своего ресторана?](#)



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_3_TSezar/



Так выглядит оригинал версии салата «Цезарь». Кстати, его до сих пор можно заказать в том самом ресторане. Стоит кушанье немало – 130 долларов. Подают его всего лишь с одной гренкой, а курицы, анчоусов, креветок и других продуктов в классическом салате нет.

Впоследствии многие повара пытались «усовершенствовать» блюдо, добавляя различные ингредиенты, чем вызывали недовольство Кардини: он уверял, что ворчестерского соуса вполне достаточно для придания салату пикантного вкуса.

Пора на кухню

Чтобы приготовить вариант салата под названием «Студенческий цезарь», понадобятся следующие ингредиенты.



Для приготовления сухариков нарежьте батон кубиками, посыпьте любимыми травами и сбрызните маслом. Поставьте противень с будущими сухариками в духовой шкаф, прогретый до 100 градусов, и готовьте 15–20 минут.



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_3_TSezar/



Отварите яйца. Чтобы скорлупа не трескалась в процессе варки, немного подсолите воду. Варим яйца следует 4–5 минут: за это время белок успеет схватиться, а желток останется жидким. Именно эта консистенция нам и необходима.



Натрите чеснок на мелкой тёрке и смешайте его с тёртым сыром. Выложите на тарелку листья салата, слегка сбрызните их маслом. В центр блюда разбейте яйцо, сверху посыпьте тёртым сыром и сухариками. Готовую порцию салата можно сбрызнуть бальзамическим соусом – для большей пикантности. Блюдо готово!



По желанию можно добавить в салат помидоры и даже курицу. Но это будет уже не «Цезарь». Бон аппетит!

При создании программы использовалась информация с ресурсов open-cook.ru, liveinternet.ru и caesarstijana.com, а также материалы из книг Джулии Чайлд «Подарок молодым хозяйкам» и «Кулинарная книга».

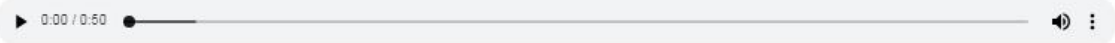
#Истории на закуску #Кулинария #Кухня

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_3_TSezar/

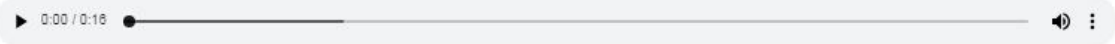
Истории на закуску. Выпуск 3. Цезарь

28 Мая 2018 Юлия Павлова   

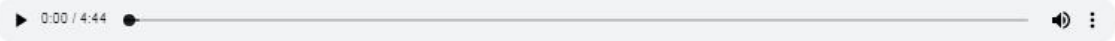
Опрос




Рецепт

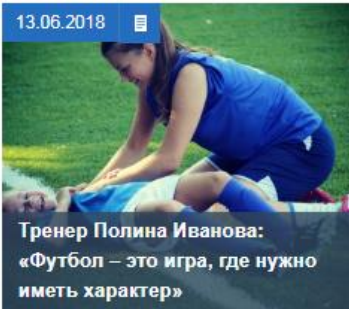


Истории на закуску




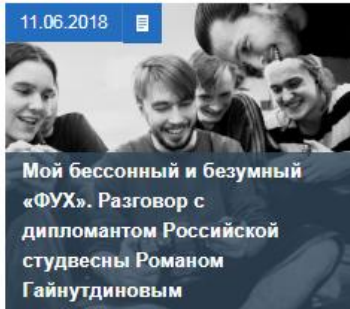
Читайте также:

13.06.2018 




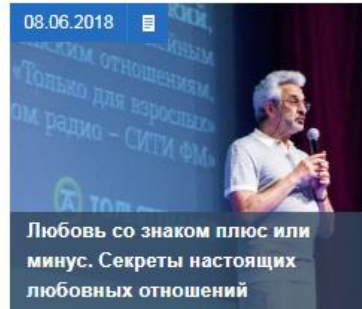
Тренер Полина Иванова:
«Футбол – это игра, где нужно иметь характер»

11.06.2018 



Мой бессонный и безумный «ФУХ». Разговор с дипломантом Российской студвесны Романом Гайнутдиновым

08.06.2018 



Любовь со знаком плюс или минус. Секреты настоящих любовных отношений

Поделиться с друзьями



История и отзывы читателей

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Kulinaryny_proekt_Istorii_na_zakusku_Vypusk_4_Olive/

ЕСТЬ TALK! 12+

Войти | Регистрации

ТОЛКОВОСТИ НАУЧПОП УЧИТЬСЯ КАК НАДО С МЕСТА В КАРЬЕРЕ СЛОВО ШКОЛАМ **СПЕЦПРОЕКТЫ** ТОЛК РАДИО ТОЛК ТВ АНОНСЫ

Истории на закуску

Мистер и Мисс ТГУ

Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион»

Этикетка

Ликбез

Истории на закуску. Выпуск 4. Оливье

7 Июня 2018 Юлиа Павлова

С наступлением тепла всё больше хочется сбросить лишний вес. Только не всегда и не у всех это получается. К примеру, я, ограничивая себя правильным питанием, срываюсь при виде любимого салата «Оливье». Блюдо это очень калорийно, так как в его состав по общеизвестному рецепту входят картофель, майонез, колбаса и зелёный горошек. Но так ли это на самом деле?



Назовите главный компонент салата «Оливье»?

История салата началась в 1860 году. Молодой француз **Люсьен Оливье** приехал в Москву, чтобы стать поваром при дяде, служившем в одном из модных московских ресторанов. Недолго проработав на недовольного родственника, Оливье захотел отделиться от семейного «тандема». К счастью, сама судьба дала ему такую возможность. Однажды в табачной лавке он столкнулся с купцом Пеговым, который, как и Оливье, мечтал о собственном заведении. Скооперировавшись, они открыли ресторан «Эрмитаж», где Люсьен стал шеф-поваром. Именно здесь на свет появилось «Оливье». Выглядело это кушанье очень необычно.

Гости «Эрмитажа», будучи навеселе, не оценили изысков французского кулинара, всё смешали и съели, заливая водой. Повара оскорбило такое поведение, и в следующий раз он нарезал все ингредиенты своего шедевра кубиками, перемешал их и щедро залил густым белым соусом. Каково же было удивление Оливье, когда через несколько дней в «Эрмитаж» потянулись всё новые и новые посетители, требующие диковинное блюдо. Люсьен едва успевал подсчитывать выручку, радуясь своей ошибке и удивляясь специфическому вкусу богатых русских. А чтобы никто не воспользовался его ноу-хау,

Защищено | https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Kulinarnyy_proekt_Istorii_na_zakusku_Vypusk_4_Olive/

ошибке и удивляясь специфическому вкусу богатых русских. А чтобы никто не воспользовался его ноу-хау, кулинар не стал записывать рецепт своего изобретения и каждый вечер лично готовил его для посетителей. Никому до сих пор так и не удалось повторить его шедевр, и мы можем только представить, насколько вкусным он был.

Чтобы приготовить бюджетную студенческую версию салата «Оливье», понадобятся следующие ингредиенты.



Упрощённая версия салата обойдётся в среднем в 350 рублей, в то время как стоимость приготовления «Оливье» по оригинальному рецепту превысила бы 2 500 рублей.

Пора на кухню!



Подготовьте ингредиенты. Если вы, как и я, следите за фигурой, то уберите оливки и огурцы, а майонез замените на сметану или мацони. Получится очень вкусно.

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Kulinarnyy_proekt_Istorii_na_zakusku_Vypusk_4_Olive/

Достаточно обжарить её с каждой стороны – так она останется сочной. Для диетического варианта обжарьте курицу без масла на антипригарной сковороде или гриле.



Отварите яйца вкрутую. Немного подсолите воду в начале варки, чтобы скорлупа не лопнула в процессе кипения.



Нарежьте все ингредиенты кубиками и уложите слоями. Блюдо готово!

Салат «Оливье» можно есть в первой половине дня даже на диете без вреда для фигуры. Представьте, как удивятся ваши друзья, когда узнают, что едят «Оливье» без колбасы, картошки и горошка! Приятного вам аппетита!

При создании программы использовалась информация с ресурсов odesskiy.com, povarenok.ru, istoriya-veщей.рф, supruzhestvo.ru, а также материалы из сборника «Рецепты на бис» № 2 (7) от 2008 года.

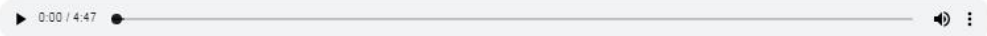
[#Истории на закуску](#) [#Оливье](#) [#Еда](#) [#Кулинария](#) [#Кухня](#)

Читайте также:

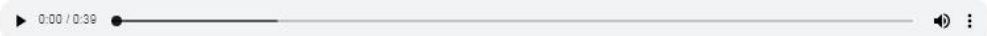
Истории на закуску. Выпуск 4. Оливье

7 Июня 2018 Юлия Павлова

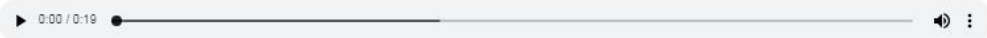
Истории на закуску. Оливье



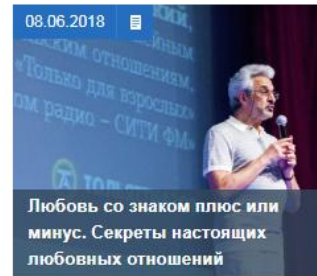
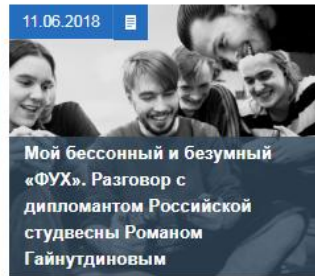
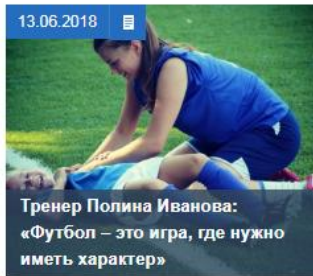
Опрос



Рецепт



Читайте также:



Поделиться с друзьями



Число и ссылки статей

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_5_Limonad/

ЕСТЬ TALK! 12+

Войти | Регистрация

ТОЛКОВОСТИ НАУЧПОП УЧИТЬ КАК НАДО С МЕСТА В КАРЬЕРЕ СЛОВО ШКОЛАМ **СПЕЦПРОЕКТЫ** ТОЛК РАДИО ТОЛК ТВ АНОНСЫ

Истории на закуску

Мистер и Мисс ТГУ

Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион»

Этикетка

Ликбез

Истории на закуску. Выпуск 5. Лимонад

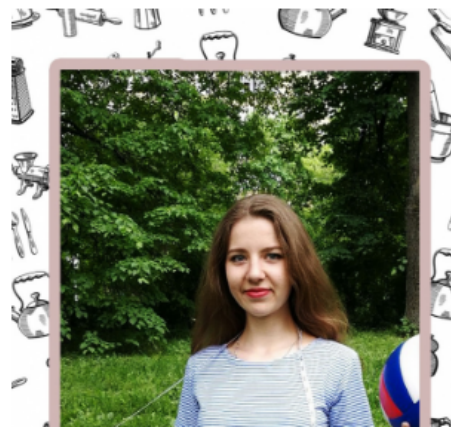
15 июня 2018 Юлия Павлова

Вот и наступило жаркое солнечное лето, которое все так долго ждали! Однако, по утверждениям врачей, это время года – одно из самых опасных по ряду причин. Одна из них – ускоренное обезвоживание организма. В жаркую погоду тело сильнее потеет, поэтому человеку необходимо намного больше пить. Проблема в том, что мы, как правило, пьем не самые полезные напитки, спасаясь от жажды, например, лимонадами из магазинов. Витаминов в них почти нет, а любят их за приятный вкус и углекислый газ – без него представить себе лимонад сложно.

На самом деле, лимонад может быть как с пузырьками, так и без них – это зависит от воды. Не стоит забывать, что в первую очередь лимонад – это вода и сок.

Напиток появился на свет благодаря ошибке слуги короля Людовика I. Изобретатель работал при дворе виночерпием и подавал к столу напитки. Однажды он случайно перепутал бочки – и вместо вина налил в королевский бокал сока. Обнаружив ошибку уже на пути к столу короля, слуга всё же осмелился исправить ситуацию. В бокал Людовика виночерпий незаметно долил минеральной воды. Отпив немного, король спросил: «Что это?». «Шорле, Ваше Величество», – ответил слуга. На счастье придворного, напиток пришёлся королю по вкусу. С тех пор «Шорле», или, как нам привычнее, лимонад стал очень популярен. В состав напитка входили минеральные воды из специальных источников, различные травы и соки.

В России лимонад стал широко известен и приобрёл необыкновенную популярность во времена СССР. К сожалению, сегодняшние магазинные лимонады ни полезными, ни вкусовыми свойствами не отличаются.



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_5_Limonad/



Впрочем, вычеркивать этот освежающий напиток из своего рациона не стоит: магазинную продукцию можно заменить очень простым – и при этом очень полезным – домашним лимонадом.

Чтобы приготовить один из множества вариантов полезного лимонада, нам понадобятся следующие ингредиенты.



Пора на кухню!



https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_5_Limonad/



Добавьте в ёмкость листья мяты и выдавите сок 1,5 лимона.



Смесь перелейте в кувшин и залейте минеральной водой. Если напиток получится слишком кислым для вас, подогрейте полстакана воды и растворите в ней сахар по вкусу. Добавьте кубики льда и пару долек лимона. Полезный лимонад готов!

В такой порции напитка содержится много витамина С, поэтому его по праву можно назвать полезным. Впрочем, несмотря на пользу от напитка, не стоит забывать пить обыкновенную чистую воду.

Заботьтесь о своём здоровье вкусно! Полезного вам лета!

При создании программы использовалась информация с ресурсов foodbay.com, www.afizika.ru, lyubovm.ru, www.1001eda.com, goodmaster.com, cookingtime.ru.

[#Истории на закуску](#) [#Кулинария](#) [#Кухня](#)

Читайте также:

14.06.2018

13.06.2018

11.06.2018

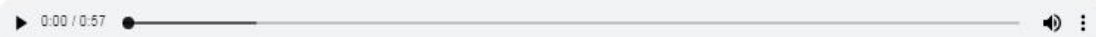
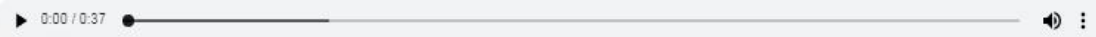
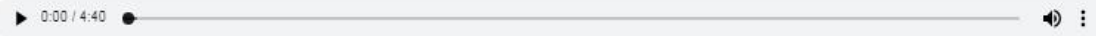
https://talk-on.ru/materials/istorii-na-zakusku/Istorii_na_zakusku_Vypusk_5_Limonad/

- ТОЛКОВОСТИ
- НАУЧПОП
- УЧИТЬСЯ КАК НАДО
- С МЕСТА В КАРЬЕРЕ
- СЛОВО ШКОЛАМ
- СПЕЦПРОЕКТЫ**
- ТОЛК РАДИО
- ТОЛК ТВ
- АНОНСЫ

- Истории на закуску
- Мистер и Мисс ТГУ
- Тольятти - территория «ТЭФИ-Регион»
- Этикетка
- Ликбез

Истории на закуску. Выпуск 5. Лимонад

15 Июня 2018 Юлия Павлова



Читайте также:

14.06.2018

Режиссёр, радиоведущий и преподаватель Елена Раскатова: «Чтобы работать на радио, нужно не бояться экспериментов»

13.06.2018

Тренер Полина Иванова: «Футбол – это игра, где нужно иметь характер»

11.06.2018

Мой бессонный и безумный «ФУХ». Разговор с дипломантом Российской студвесны Романом Гайнутдиновым

Поделиться с друзьями

Facebook 0, Twitter, VK 0, Поделиться

Число и ссылки статей

МЕДИАХОЛДИНГ «ЕСТЬ TALK!»

Поиск

- О нас
- О сайте
- Контакты
- Рекламодатели

