



**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Национальный исследовательский университет  
"Высшая школа экономики"**

Факультет Коммуникаций, медиа и дизайна  
Департамент Медиа

**Рабочая программа дисциплины  
«Трансмедийный сторителлинг»**

для образовательной программы «Трансмедийное продюсирование в цифровых индустриях»  
направления подготовки (шифр) Медиакоммуникации  
уровень магистр

Разработчики программы:

Новикова А.А., доктор культурологии, anovikova@hse.ru]

Архангельский А.Н., к.ф.н, ординарный профессор НИУ ВШЭ, arkhangelsky@hse.ru ]

Гамбарато Р., PhD, rgambarato@hse.ru

Сорокина С.И., доцент департамента медиа, sorokina@hse.ru

Афанасьева Е.И., приглашенный преподаватель, elena\_afanasyeva@yahoo.com

Тимофеева О.А., приглашенный преподаватель, o.a.timofeyeva@gmail.com.

Одобрена на заседании департамента Медиа

«\_\_»\_\_\_\_\_ 201\_ г.

Руководитель департамента

Кирия И.В. \_\_\_\_\_ [подпись]

Утверждена Академическим советом образовательной программы

«\_\_»\_\_\_\_\_ 201\_ г., № протокола \_\_\_\_\_

Академический руководитель образовательной программы

Новикова А.А. \_\_\_\_\_ [подпись]

2017

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения подразделения-разработчика программы.*



## Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает требования к образовательным результатам и результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «Трансмедийный сторителлинг», учебных ассистентов и студентов направления подготовки Медиакоммуникации, обучающихся по образовательной программе «Трансмедийное производство в цифровых индустриях»

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом НИУ ВШЭ направлению «Медиакоммуникации» подготовки магистра;
- Образовательной программой «Трансмедийное производство в цифровых индустриях», направление «Медиакоммуникации».
- Объединенным учебным планом университета по образовательной программе «Трансмедийное производство в цифровых индустриях», утвержденным в 2017 г.

## Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Трансмедийный сторителлинг» являются:

- формирование представлений о законах драматургии и сценарном мастерстве;
- использование законов драматургии в современных форматах сторителлинга;
- развитие навыков трансмедийного сторителлинга,
- развитие умения рассказать различного рода истории с использованием технологических возможностей, которые предоставляют новые цифровые среды.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к блоку базовых дисциплин специализации

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- История и теория медиа
- Технологии медиапроизводства

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

- Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности (СК-6)
- Способен организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею (СК-7)
- Способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде (СК-8)
- Способен разрешать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы (ПК-5)
- Способен воспринимать тексты средств массовой коммуникации с точки зрения их перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств). (ПК-10)



- Способен использовать информационно-коммуникационные технологии для поиска и обработки информации и презентации результатов научных и аналитических проектов, для сетевой коммуникации в профессиональных целях, для работы с базами данных. (ПК-13)]

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин:

- «Коммуникационный дизайн»,
- «Проектный семинар».

#### Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	Другие виды работы <sup>1</sup>	
1	Основные принципы трансмедийного сторителлинга	20	9	11			6
2	Сторителлинг в традиционных журналистских жанрах	8	6	2			5
3	Сторителлинг в экранных искусствах	12	6	6			6
4	Особенности сторителлинга в жанрах массовой культуры	16	6	10			5
5	Драматургия телевизионных форматов	16	6	10			6
6	Ток-шоу как форма интерактивного сторителлинга	12	6	6			6
7	Форматы сторителлинга видеоигр	28	9	19			6

<sup>1</sup> Указать другие виды аудиторной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.



### Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год				Параметры **
		1	2	3	4	
Текущий	Контрольная работа			1	1	1. Разбор формата телевизионной программы (1.5-2 тыс. слов) 2. Презентация модульного сценария и пользовательского интерфейса компьютерной игры (5 -7 минут) (7- 10 слайдов)
	Эссе					
	Реферат					
	Коллоквиум					
	Домашнее задание	1		1		2. Анализ трансмедийного проекта по модели Р. Гамбарато (10-15 слайдов) 3. Съёмки и черновой монтаж ток-шоу (до 30 минут)
	Самостоятельная работа					
	Лабораторная работа					
	Проект					
	Другие формы (указать)					
Промежуточный	Экзамен					
Итоговый	Экзамен					Защита модульного сценария проекта с тремя расширениями

### Содержание дисциплины

#### Раздел 1 Основные принципы трансмедийного сторителлинга (9 л., 11 с.)

Содержание тем:

1. Понятие трансмедийного сторителлинга; 1 л.
2. Обзор исследований по теме; 2 л.
3. Специфика различных платформ и приемов сторителлинга 2 л, 2 с.
4. Дизайн трансмедиа проектов 1 л, 2 с.
5. Типы трансмедиа сторителлинга 1л, 1 с.
6. Алгоритм проектирования трансмедийного нарратива 2 л., 6 с.



Самостоятельная работа: 6 часов для подготовки к семинарам по теме 6. Литература по разделу:

*Литература к разделу:*

1. Гамбарато Ренира, Дизайн трансмедиапроектов: теоретические и аналитические аспекты. Режим доступа: [http://cultlook.org/irg\\_transmedia\\_storytelling](http://cultlook.org/irg_transmedia_storytelling)

2. Jenkins, H. 2003. Transmedia Storytelling. Режим доступа:  
<https://www.technologyreview.com/%20biotech/13052/>

3. Jenkins, H. 2010. Hollywood Goes “Transmedia” режим доступа:  
[http://henryjenkins.org/2010/04/%20hollywood\\_goes\\_%20transmedia.html](http://henryjenkins.org/2010/04/%20hollywood_goes_%20transmedia.html)

### Раздел 2. Сторителлинг в традиционных журналистских жанрах (6 л., 2 с.)

Содержание тем:

1. Система журналистских жанров 1 л.
2. Особенности сторителлинга в информационной, аналитической и художественно-публицистических жанрах 2 л.
3. Особенности сторителлинга на традиционных медиаплатформах (газета, журнал, радио, телевидение) 2 л.
4. Трансформация жанровой структуры и сторителлинга в мультимедийной и иммерсивной журналистике 1 л., 2 с.

Самостоятельная работа: 5 часов для подготовки к семинарам по теме 4.

*Литература к разделу:*

1. Мультимедийная журналистика: Учебник. Под ред. А.Качкаева, С. Шомова. М.: ИД ВШЭ, 2017.
2. Ким, М. Н. Жанры современной журналистики. СПб : Изд-во Михайлова В. А., 2004.
3. Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. для вузов М. Аспект Пресс, 2001.

### Раздел 3 Сторителлинг в экранных искусствах 6 л, 6 с.

Содержание тем:

1. Особенности нарратива в постановочном кино: пространство и время действия 2 л., 2 с.
2. Особенности сторителлинга в документальном кино 2 л., 2 с.
3. Монтаж как основной инструмент сторителлинга в экранных искусствах 2 л., 2 с.

*Литература к разделу:*

1. Кирия И., Новикова А. История и теория медиа: Учебник. М.: ИД ВШЭ, 2017.
2. Новикова, Анна Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности / М.: Издательство НИУ ВШЭ, 2013.
3. Разлогов, Кирилл Мировое кино. История искусства экрана / М.: Эксмо, 2013.



#### Раздел 4 Особенности сторителлинга в жанрах массовой культуры 6 л., 10 с.

Содержание тем:

1. Формульные жанры массовой культуры как вид сторителлинга 1 л., 2 с.
2. Голливудская традиция сторителлинга 2 л., 2 с
3. Сторителлинг комиксов 1 л., 2 с.
4. Сериальный сторителлинг 2 л., 4 с.

*Литература к разделу:*

1. Новикова, Анна Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности / М.: Издательство НИУ ВШЭ, 2013.
2. Разлогов, Кирилл Мировое кино. История искусства экрана / М.: Эксмо, 2013.
3. Цыркун Н. Комиксы и кинематограф: общий генетический код.// Арт&Культ, 2013, №9. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/komiks-i-kinematograf-obschiy-geneticheskiy-kod>

#### Раздел 5 Драматургия телевизионных форматов 6 л., 10 с.

Содержание тем:

1. Сторителлинг форматных программ на документальной основе: новостных программ и специальных репортажей, документальных 3 л., 5 с.
2. Сторителлинг форматных программ игрового характера: ток-шоу, реалити-шоу, потребительских программ, телевизионных игр и развлекательных шоу. 3 л., 5 с.

*Литература к разделу:*

1. Келлисон К. Продюсирование на телевидении: практический подход / Пер. с англ. Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимов. Минск: Гревцов Паблицер, 2008
2. Говард Д, Мабли Э. Как работают над сценарием в Южной Калифорнии. М., 2017.
3. Труби Д. Анатомия истории. 22 шага к созданию успешного сценария. М., 2017.
4. Макки, Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только / Роберт Макки : Пер. С англ. – 7-е изд. – М.: Альпина нон-фикшн, 2015

#### Раздел 6 Ток-шоу как форма интерактивного сторителлинга 6 л., 6 с.

Содержание тем:

1. Формат ток-шоу: между публицистикой и игрой. 2 л, 2 с.
2. Принципы разработки модульного сценария 2 л., 2 с.
3. Приемы интерактивности в ток-шоу 2 л., 2 с.

*Литература к разделу:*



1. Кемарская И.Н. Телевизионный редактор. М.: Аспект-пресс, 2009.
2. Падейский В.В. Проектирование телепрограмм. М., 2004.

#### Раздел 7 Форматы сторителлинга видеоигр 9 л., 19 с.

Содержание тем:

Тема 1. Понятие «игра». Междисциплинарный подход к изучению видеоигр. Основные понятия в видеоиграх. Составляющие видеоигры: замысел, контент, аудитория, продвижение, экономика. 1 л, 3 с.

Тема 2. Мировой и российский рынки видеоигр. Рынок видеоигр как отраслевой рынок. Рынок и отрасль. Элементы теории отраслевых рынков. Границы отраслевых рынков. Типы отраслевых рынков. Концентрация фирм на отраслевых рынках. 1 л, 3 с.

Тема 3. Классификация видеоигр: платформа, количество игроков, стилистика, бизнес-модель, жанр. Особенности игровых платформ: консоли и приставки, персональные компьютеры и ноутбуки, мобильные телефоны, смартфоны, кпк, планшеты. Типология видеоигр в зависимости от количества игроков: однопользовательские, многопользовательские, многопользовательские на одном компьютере, массовые онлайн-овые. Общая стилистика игры: признаки, возможности точного определения. Бизнес-модели видеоигр: free-to-play, pay-to-play, feemium, free-to-win, pay-to-win ит.д. 1 л, 3 с.

Тема 4. Понятие жанра в видеоигре. Виды жанров и их основные характеристики. Проблема четкого выделения жанра видеоигры. Конвергенция жанров видеоигр. Взаимосвязь жанра и аудитории. 1 л, 3 с.

Тема 5. Реклама в сфере видеоигр. Видеоигра как товар. Видеоигровые бренды. Виды маркетинговых коммуникаций применительно к видеоиграм. Понятие рекламной стратегии. Рационалистические рекламные стратегии. Проекционные рекламные стратегии. Рекламные кампании на рынке видеоигр. Киберспорт как один из видов маркетинговых коммуникаций. Выставки и конвенты как средство продвижения видеоигры. Комьюнити-менеджмент. 1 л, 2 с.

Тема 6. Способы финансирования видеоигровых проектов. Фандрайзинг как форма финансирования. Productplacement как форма финансирования. Монетизация в видеоиграх, основные понятия. Основные модели монетизации: преимущества и недостатки. Приемы и механизмы вовлечения и



удержания пользователей. Факторы, влияющие на решения пользователей о продолжении участия в игровом проекте. 2 л, 2 с.

Тема 7. Геймификация и игровые механики. Мировые тенденции в развитии геймификации. Направления и область применения геймификации. Составляющие успешной геймификации. Критика геймификации. 2 л, 1 с.

*Литература к разделу:*

1. Нейман, Д. фон, Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. М.: Книга по Требованию, 2012.
2. Tynan Sylvester Designing Games: A Guide to Engineering Experiences, O'Reilly Media 2013

#### Образовательные технологии

При реализации программы предусмотрено использование активных и интерактивных форм проведения занятий – деловые игры, разбор практических кейсов, профессиональные тренинги.

Также предусмотрены встречи и мастер-классы с экспертами медиаиндустрии.

Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

#### **1.1 Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля**

Вопросы:

Сколько расширений предполагает проект?

Являются ли эти расширения адаптацией или самостоятельным нарративом?

Сохраняются ли в каждом из расширений истории исходные характеристики ее мира?

Даются ли при расширениях ответы на заданные выше вопросы?

Задаются ли с каждым расширением новые вопросы?

Открывают ли расширения новые возможности для дополнительного расширения?

Дают ли расширения возможности углубиться в историю?

#### **1.2 Примеры заданий промежуточной аттестации**

Вопросы:

Какие платформы использованы в проекте?

Использование каких девайсов предусматривает проект?

Как каждая конкретная платформа работает в проекте?

Какими отличительными чертами обладает каждая медиаплатформа?

С какими проблемами можно столкнуться при работы с различными видами медиа?

Какие стратегии используются для распространения проекта на различных платформах?

В каких жанрах представлен проект?

Порядок формирования оценок по дисциплине

**Итоговая оценка складывается:**

$$O_{итог} = 0,1 * O_1 + 0,2 * O_2 + 0,3 * O_3 + 0,4 * O_4, \text{ где}$$





- О<sub>1</sub> - посещение занятий
- О<sub>2</sub> – оценка за домашнее задания
- О<sub>3</sub> – оценка за контрольные работы
- О<sub>4</sub> – оценка за экзамен

## Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Базовый учебник

Кирия И., Новикова А. История и теория медиа: Учебник. М.: ИД ВШЭ, 2017

### Дополнительная литература

Мультимедийная журналистика: Учебник. Под ред. А. Качкаева, С. Шомова. М.: ИД ВШЭ, 2017.

Аннет Симмонс Сторителлинг. Как использовать силу историй м., 2012

Ким, М. Н. Жанры современной журналистики. СПб : Изд-во Михайлова В. А., 2004.

Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. для вузов М. Аспект Пресс, 2001.

Гамбарато Ренира, Дизайн трансмедиапроектов: теоретические и аналитические аспекты. Режим доступа: [http://cultlook.org/rrg\\_transmedia\\_storytelling](http://cultlook.org/rrg_transmedia_storytelling)

Jenkins, Н. 2003. Transmedia Storytelling. Режим доступа: <https://www.technologyreview.com/%20biotech/13052/>

Jenkins, Н. 2010. Hollywood Goes “Transmedia” режим доступа: [http://henryjenkins.org/2010/04/%20hollywood\\_goes\\_%20transmedia.html](http://henryjenkins.org/2010/04/%20hollywood_goes_%20transmedia.html)

Новикова, Анна Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности / М.: Издательство НИУ ВШЭ, 2013.

Разлогов, Кирилл Мировое кино. История искусства экрана / М.: Эксмо, 2013.

Цыркун Н. Комиксы и кинематограф: общий генетический код.// Арт&Культ, 2013, №9. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/komiks-i-kinematograf-obschiy-geneticheskiy-kod>

Келлисон К. Продюсирование на телевидении: практический подход / Пер. с англ. Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимов. Минск: Гревцов Паблицер, 2008

Говард Д, Мабли Э. Как работают над сценарием в Южной Калифорнии. М., 2017.

Труби Д. Анатомия истории. 22 шага к созданию успешного сценария. М., 2017.

Макки, Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только / Роберт Макки : Пер. С англ. – 7-е изд. – М.: Альпина нон-фикшн, 2015

Кемарская И.Н. Телевизионный редактор. М.: Аспект-пресс, 2009.

Падейский В.В. Проектирование телепрограмм. М., 2004.

Нейман, Д. фон, Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. М.: Книга по Требованию, 2012.



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
Программа дисциплины «Трансмедийный сторителлинг» для направления/ специальности  
Медиакоммуникации подготовки магистра

Tynan Sylvester Designing Games: A Guide to Engineering Experiences, O'Reilly Media  
2013