

## Программа учебной дисциплины «Трансмедийный сторителлинг»

Утверждена  
Академическим советом ООП

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Автор                         | Новикова А.А., Архангельский А.Н., Гамбарато Р., Сорокина С.И.<br>Афанасьева Е.И., Тимофеева О.А. |
| Число кредитов                | 8   |
| Контактная работа (час.)      | 188   |
| Самостоятельная работа (час.) | 116   |
| Курс                          | 1,2   |
| Формат изучения дисциплины    | Без использования он лайн курса   |

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

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

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:**

- драматургические подходы в сторителлинге;
- основные концепции исследователей трансмедиа;

**уметь:**

- разрабатывать и реализовывать трансмедийные продукты на разных платформах;
- продумывать и воплощать в реальность концепцию ток-шоу;

**владеть:**

- инструментами трансмедийного сторителлинга.

Изучение дисциплины «Трансмедийный сторителлинг» 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;

- Способен организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею;
- Способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде;
- Способен разрешать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы
- Способен воспринимать тексты средств массовой коммуникации с точки зрения их перформативности, семантики, смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств);
- 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.

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

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

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Раздел 1. Основные принципы трансмедийного сторителлинга.**

Содержание:

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

### **Раздел 2. Сторителлинг в традиционных журналистских жанрах.**

Содержание:

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

### **Раздел 3. Сторителлинг в экранных искусствах.**

Содержание:

1. Особенности нарратива в постановочном кино: пространство и время действия.
2. Особенности сторителлинга в документальном кино.

3. Монтаж как основной инструмент сторителлинга в экранных искусствах.

#### **Раздел 4. Особенности сторителлинга в жанрах массовой культуры.**

Содержание:

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

#### **Раздел 5. Драматургия телевизионных форматов.**

Содержание:

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

#### **Раздел 6. Ток-шоу как форма интерактивного сторителлинга.**

Содержание:

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

#### **Раздел 7. Форматы сторителлинга видеоигр.**

Содержание:

1. Понятие «игра». Междисциплинарный подход к изучению видеоигр. Основные понятия в видеоиграх. Составляющие видеоигры: замысел, контент, аудитория, продвижение, экономика.
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.
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, freemium, free-to-win, pay-to-win и т.д.
4. Понятие жанра в видеоигре. Виды жанров и их основные характеристики. Проблема четкого выделения жанра видеоигры. Конвергенция жанров видеоигр. Взаимосвязь жанра и аудитории.
5. Реклама в сфере видеоигр. Видеоигра как товар. Видеоигровые бренды. Виды маркетинговых коммуникаций применительно к видеоиграм. Понятие рекламной стратегии. Рационалистические рекламные стратегии. Проекционные ре-

кламные стратегии. Рекламные кампании на рынке видеоигр. Киберспорт как один из видов маркетинговых коммуникаций. Выставки и конвенты как средство продвижения видеоигры. Комьюнити-менеджмент.

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.

7. Геймификация и игровые механики. Мировые тенденции в развитии геймификации. Направления и область применения геймификации. Составляющие успешной геймификации. Критика геймификации.

### III. ОЦЕНИВАНИЕ

Контрольная работа: разбор формата телевизионной программы (1.5-2 тыс.слов).

Эссе.

Реферат.

Коллоквиум.

Домашнее задание: анализ трансмедийного проекта по модели Р. Гамбарато (10-15 слайдов), съемки и черновой монтаж ток-шоу (до 30 минут).

Пересдача происходит в устной форме. На пересдаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль.

**Итоговая оценка складывается:**

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

где

O<sub>1</sub> - посещение занятий;

O<sub>2</sub> – оценка за домашнее задания;

O<sub>3</sub> – оценка за контрольные работы;

O<sub>4</sub> – оценка за экзамен.

### IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 4.1. Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля.

Вопросы для самопроверки студентов:

1. Сколько расширений предполагает проект?
2. Являются ли эти расширения адаптацией или самостоятельным нарративом?
3. Сохраняются ли в каждом из расширений истории исходные характеристики ее мира?
4. Даются ли при расширениях ответы на заданные выше вопросы?

5. Задаются ли с каждым расширением новые вопросы?
6. Открывают ли расширения новые возможности для дополнительного расширения?
7. Дают ли расширения возможности углубиться в историю?

#### 4.2. Примеры заданий промежуточной аттестации

1. Какие платформы использованы в проекте?
2. Использование каких девайсов предусматривает проект?
3. Как каждая конкретная платформа работает в проекте?
4. Какими отличительными чертами обладает каждая медиаплатформа?
5. С какими проблемами можно столкнуться при работы с различными видами медиа?
6. Какие стратегии используются для распространения проекта на различных платформах?
7. В каких жанрах представлен проект?

### V. РЕСУРСЫ

#### 5.1 Основная литература

1. Базовый учебник. *Кирия И., Новикова А.* История и теория медиа. Учебник. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2017.

#### 5.2 Дополнительная литература

1. Мультимедийная журналистика / А. Г. Качкаева [и др.]; Под общ.ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с. – (Сер. "Учебники Высшей школы экономики") .- ISBN 9785759811893: 117.38.
2. Гамбарато Ренира, Дизайн трансмедиапроектов: теоретические и аналитические аспекты. Режим доступа: [http://cultlook.org/rrg\\_transmedia\\_storytelling](http://cultlook.org/rrg_transmedia_storytelling)
3. Jenkins, Н. 2003. Transmedia Storytelling. Режим доступа: <https://www.technologyreview.com/%20biotech/13052/>
4. Основы экранной культуры: Учебное пособие / Брейтман А.С. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 112 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-105855-8 (online) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910751>
5. Телевизионная индустрия США: Учебное пособие / Зубок А.С. - М.:Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9558-0392-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/479956>
6. Цыркун Н. Комиксы и кинематограф: общий генетический код.// Арт&Культ, 2013, №9. Режим до-ступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/komiks-i-kinematograf-obschiy-geneticheskiy-kod>
7. Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов: Монография / Немировская М.Л. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 199 с.: 60x90 1/16. – (Медиаобразование) ISBN 978-5-238-02463-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/884579>

#### 5.3 Программное обеспечение

| № п/п | Наименование   | Условия доступа                                  |
|-------|--|--|
| 1.    | Microsoft Windows 7 Professional RUS<br>Microsoft Windows 10<br>Microsoft Windows 8.1 Professional RUS | <i>Из внутренней сети университета (договор)</i> |
| 2.    | Microsoft Office Professional Plus 2010  | <i>Из внутренней сети университета (договор)</i> |

#### **5.4 Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)**

| № п/п  | Наименование                                    | Условия доступа  |
|--|---|--|
| <b><i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i></b> |   |  |
| 1.   | Электронно-библиотечная система Alpina Digital  | URL: <a href="http://lib.alpinadigital.ru/ru/library">http://lib.alpinadigital.ru/ru/library</a> |
| 2.   | Гарант  | <a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>  |
| 3.   | Консультант-Плюс                                | <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>                                |
| 4.   | Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM | <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>  |
| <b><i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i></b>         |   |  |
| 1.   | Открытое образование                            | URL: <a href="https://openedu.ru/">https://openedu.ru/</a>                                       |

#### **5.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

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

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

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