**«Пространство Соучастия»**

**Проект реализуется Центром цифровых культур и медиаграмотности НИУ ВШЭ при поддержке Фона Потанина, совместно с магистерской программой «Литература и медиа» НИУ ВШЭ - Нижний Новгород**

Этот проект представляет собой опыт создания гибрида образовательной и культурной сфер, позволяющий активно инкорпорировать студентов гуманитарных и медиаспециальностей (образовательные стандарты «Медиакоммуникации», «Журналистика», «Дизайн», «История»», «Филология», «Лингвистика» и другие) в повседневную деятельность музеев для «расширения» их цифрового представительства в диджитал среде, трансформации и модернизации культурных институций, построения их взаимодействия с новой – цифровой – аудиторией, повышения медиаграмотности участников проекта.

Проект обеспечит инкорпорирование в традиционную (аналоговую) культурную среду подхода/языка цифрового поколения. Импакт-фактор проекта – работа молодых в пользу местных сообществ и культурных институций.

Как результат проекта – перспективное взаимодействие университетских медиа-программ и культурно-социальных институций, поэтапное и последовательное распространение в регионы опыта взаимодействия с музеями и цифровыми издательствами, а также медиаобразовательных практик, накопленных магистерскими программами московского кампуса НИУ ВШЭ.

Проект способен обеспечить:

1) освоение новых подходов и практик в современных цифровых индустриях и

2) расширение прикладной профессиональной подготовки студентов вузов.

**Основные форматы работы** – вебинары, тренинги, организация проектной деятельности (от питчинга проектов и конкурса – через промежуточные онлайн-презентации – до финальных групповых сессий, защиты проектов и передачи их заинтересованным институциям), оффлайн- и онлайн-консультирование по поддержке проектной деятельности в регионах-участниках.

**Актуальность и потребность в проекте,**

**проблема, на которую направлен проект:**

Существование культурных и социальных проектов в цифровой среде сегодня невозможно без трансмедийности с ее латинской приставкой «превыше», «сквозь», которая точнее, чем многие другие характеристики (конвергентность) и приставки (мульти-, кросс-), соответствует описанию современной медиареальности. Сегодня трансмедийные истории становятся проводниками по городам, экспозициям, литературному наследию, недавней истории; частью образовательных стратегий; приложениями к ресурсам крупных корпораций.

Уже и на практике в нашу жизнь стремительно ворвались понятия иммерсивности, дополненной и виртуальной реальности, геймификации, интерактивного кино, импакт-продюсирования. В 2015-2018 гг. в нашей стране из стадии эксперимента на «продюсерский поток» вышло производство культурных, социальных и исторических цифровых проектов. Именно поэтому проект по распространению опыта производства трансмедийных историй магистрами НИУ ВШЭ на различные регионы, вузы и институции страны представляется крайне актуальным замыслом, позволяющим решить одновременно проблемы цифровизации деятельности культурных организаций и подготовки медиаспециалистов XXI века

**Цели проекта**:

создание инфраструктуры для модернизации культурно-образовательной сферы регионов в цифровой среде; запуск и отработка модели взаимодействия образовательных программ гуманитарного профиля ВУЗов с культурными и социальными институциями регионов; распространение опыта ВШЭ по внедрению программ в области медиакоммуникаций.

**Задачи**:

1. развивать модели/механизмы сотрудничества вузов, культурных/ социальных институтов/местных сообществ по созданию цифровых проектов;

2. стимулировать разработку проектных образовательных программ для новых профессий в цифровых индустриях на базе кафедр, институтов, департаментов медиа и журналистики в 5-6 вузах России;

3. расширять медиакоммуникационные компетенции и медиаграмотность студентов с помощью обучающих программ, семинаров, онлайн-консультирования

**Целевая аудитория**

У проекта, нацеленного на сотрудничество культурных/социальных и образовательных институций, модерирование их совместных цифровых трансмедийных проектов, две основные целевые аудитории:

1) студенческое и преподавательское сообщество вузов, в которых есть образовательные программы по медиа, журналистике, филологии, истории;

2) представители культурных индустрий регионов России.

Первая аудитория приобретает компетенции мультимедийного и трансмедийного продюсирования в цифровой среде, организации проектного обучения в вузах; вторая расширяет навыки медиаграмотности и цифрового сторителлинга. В широком смысле аудиторией проекта является все гражданское сообщество страны, заинтересованное в адаптации культурной сферы к новой цифровой реальности и в становлении площадки для деятельности молодого «креативного класса»

**Структура и содержания создаваемого общественного блага**

*Материальный результат проекта*:

1) будут опробованы модели взаимодействия университетских медиа-программ и культурно-социальных институций (5-6 регионов);

2) появится инфраструктура для создания образовательных продуктов (курсов/программ) и партнерства кафедр/институтов/департаментов /преподавателей, создающих инновационные программы, опираясь на опыт ВШЭ, с культурными, социальными, благотворительными институциями региона;

3) будут созданы конкретные «цифровые расширения» (мультимедийные/интерактивные – сайты/игры/тесты/подкасты/VR) для традиционных институций, у которых нет либо в недостаточной мере развито представительство в цифровой среде.

*Нематериальный продукт:* расширение опыта сотрудничества вузов и культурно-социальных институций, развитие импакт-продюсирования, что означает создание моды на социальные партнерства, повышение медиаграмотности местных сообществ.

**Этапы проекта**

*1 этап* (пилотный): январь – декабрь 2019 г. Данный этап предполагает подбор партнеров «университет – культурно-социальная институция», запуск пилотных проектов и отработку алгоритма взаимодействия участников и реализации программы в трех-четырех регионах (Сибирь – Новосибирск; Урал – Пермь; Центр – Нижний Новгород). Объявляется пилотный Конкурс «Цифровые культуры. Инновации», создается Жюри. Проекты реализуются индивидуальными командами и участниками. Создается портал "Понимая медиа"

*2 этап:* январь – декабрь 2020. В течение 2020 года продолжается работа с выбранными 3-мя партнерами 2019 года, происходит привлечение новых участников из дополнительных регионов, инициируется создание онлайн- платформ для совместной проектной работы, запуск сопровождающих программ (программа тренингов/воркшопов для работы с историческими проектами в цифровой среде, для импакт-продюсеров, для арт-журналистов, для медиапедагогов). Продолжается наполнение и ведение портала «Понимая медиа» – в том числе для целей проекта

*3 этап:* январь – декабрь 2021. Развитие проекта в онлайн- и оффлайн-среде. Расширение линейки сопровождающих программ – в том числе, программ тренингов и воркшопов (для работы со звуковыми средами, работы в области цифрового кино и интерактивного фильма, VR-проектов). Методическое сопровождение и закрепление в учебных планах/программах вузов-партнеров проектных курсов в области цифрового сторителлинга, медиакоммуникаций и медиаграмотности (***зонтичное название курса – «Цифровые медиа для будущего»***).

**План продвижения**

План продвижения проекта включает как различные методы освещения его этапов в традиционных средствах массовой информации (публикации, интервью, пресс-конференции, выпуск пресс-релизов), так и представление проекта в digital-среде, в новых медиа – например, ведение страниц в социальных сетях, предъявление на просветительских порталах-партнерах.

Важной частью продвижения проекта является его презентация в академической среде (доклады на научно-практических конференциях, круглых столах, упоминание в научных публикациях, в ходе обучающих вебинаров, обсуждение на дискуссионных площадках и прочее) и на культурно-образовательных форумах: книжных ярмарках, мероприятиях премий и конкурсов и т.д.

**Алгоритм работы по запуску проекта:**

*Предварительный этап* - проводятся переговоры, выбираются партнеры и достигаются договоренности о работе со студентами и дальнейшей передаче/ поддержании цифрового проекта силами институции.

*Запуск и ведение проекта*:

1) «роуд-шоу» – выступление перед группой проектов-представителей институций в начале учебного курса;

2) контроль за выбором и распределением студентов по группам, поддержка коммуникаций на уровне институций и разрешение возможных спорных или сложных ситуаций во взаимоотношениях студентов и сотрудников институций;

3) обсуждение замысла, утверждение идей и заявок, контроль за согласованием проектов, контроль за соблюдением дедлайнов;

4) подготовка технического специалиста – тьютора, который будет рассказывать студентам о вариантах, типах и возможностях открытых платформ (от тильды до интерактивных карт и таймлайнов), рекомендовать использование цифровых инструментов /платформ для реализации проекта и включение таких консультаций в учебный план;

5) организация питчингов, на которых присутствуют представители институций: первый питчинг (конец октября 2019) – презентация идеи, названия, формата, инструментов и выразительных средств проекта; второй питчинг (середина ноября) – демоверсия проекта с элементами/или полностью завершенный проект;

6) защита проектов, подведение итогов.

*Заключительный этап*:

1) контроль за передачей проектов институциям (соглашения о сотрудничестве между вузом и институциями, передача прав от студентов – авторов проекта институциям (договор дарения);

2) объяснение институциям про необходимость закладывать в бюджеты оплату подписки на цифровые платформы и пр.;

3) обеспечение участия проектов студентов в конкурсе «Пространство соучастие»;

4) представление и продвижение проектов в публичном поле;

5) содержательный отчет (о трудностях реализации и особенностях).

6. ЦЦКМ оказывает консультационные услуги разработчику курса:

1) предоставляет материалы, осуществляет методическую поддержку, обсуждает логистику, помогает сформировать набор институций, с которыми региональные партнеры должны вступить в переговоры;

2) проводит установочную встречу рабочей группы (июнь-июль 2019);

3) проводит Школу для медиапедагогов в сентябре 2019-го года;

4) заключает договор с куратором курса;

5) проводит вебинары и выездные консультации, привлекая преподавателей соответствующих дисциплин и ведущих представителей индустрий;

6) предоставляет формы и шаблоны документов (соглашение о сотрудничестве между вузами и институциями, договоры и пр.);

7) способствует продвижению идей проекта в региональных и федеральных медиа.

7. Партнеры из регионов выбирают технического тьютора (из числа преподавателей или технических сотрудников, знакомых с цифровыми инструментами и умеющих ориентироваться в цифровой среде), который будет помогать с реализацией проектов студентам.

8. Встреча рабочей группы (все участники проекта) – июнь 2019 года в Москве.

9. В сентябре 2019 г. – предоставление плана-графика курса: даты роуд-шоу (приходы представителей институций, в интересах которых будут сделаны проекты), первый питчинг проектов – середина октября. Конкурс студенческих работ – конец ноября

Во второй декаде сентября – Школа для медиапедагогов в Москве (два дня) с установочными лекциями и обсуждением планов. В течение осени 2019 г. – вебинары, консультации.

10. В результате запуска проектной работы студентов в каждом вузе должны быть созданы по 5-6 проектов цифровых расширений для институций регионов, 2-3 из которых становятся участниками конкурса «Пространство соучастия» и смогут рассчитывать на призовой фонд для дальнейшей успешной реализации и устойчивости проекта.