**2024-2025 учебный год, 2 семестр**

**ОП «Управление медиа и продюсирование», 3 курс**

**ОСНОВЫ ДРАМАТУРГИИ И СТОРИТЕЛЛИНГ**

**Консультации**

|  |  |
| --- | --- |
| **30 апреля**  **13.40** | **Основы драматургии и сторителлинг**  Преподаватель – Верещагина Наталья Викторовна  ссылка: <https://us05web.zoom.us/j/82007871317?pwd=y1YHKAbrKrO7AyaEbjA6YrtEQbEHwg.1> |

**Элементы контроля НИУ ВШЭ (итоговый проект)**

|  |  |
| --- | --- |
| **14 мая**  **12.00** | **Основы драматургии и сторителлинг**  Преподаватели:  Верещагина Наталья Викторовна  Дроздова Анастасия Олеговна  ссылка: <https://us05web.zoom.us/j/82007871317?pwd=y1YHKAbrKrO7AyaEbjA6YrtEQbEHwg.1> |

**Экзамен**

|  |  |
| --- | --- |
| **июнь** | **Основы драматургии и сторителлинг**  Преподаватель – Верещагина Наталья Викторовна  ссылка: <https://us05web.zoom.us/j/82007871317?pwd=y1YHKAbrKrO7AyaEbjA6YrtEQbEHwg.1> |

**Преподаватели курса**

НИУ ВШЭ (лекции, текущие элементы контроля, экзамен) – Верещагина Наталья Викторовна (контакты: [nvereshchagina@hse.ru](mailto:nvereshchagina@hse.ru))

ТюмГУ (семинары, текущие элементы контроля, экзамен) – Дроздова Анастасия Олеговна (контакты: a.o.drozdova@utmn.ru)

**Аннотация**

Дисциплина *Основы драматургии и сторителлинг* знакомит студентов с базовыми принципами драматургии медиапроектов и основами создания историй для разных типов медиа. Фокус курса смещен на кинодраматургию, устройство сериалов и трансмедийных проектов.

**Цели курса**

* сформировать знания о нарративном устройстве, базовых правилах драматургии и принципах сторителлинга аудиовизуальных произведений (фильмов, сериалов, медиафраншиз, трансмедийных вселенных) и их медиаадаптаций;
* сформировать знания о ключевых принципах нарративного и драматургического анализа аудиовизуальных произведений (фильмов, сериалов, медиафраншиз, трансмедийных вселенных) и их медиаадаптаций.

**Планируемые результаты**

* воспроизводит основные теоретические и индустриальные подходы к организации нарратива, драматургии, трансмедийного сторителлинга и адаптаций аудиовизуальных произведений (фильмов, сериалов, медиафраншиз, трансмедийных вселенных);
* выделяет и анализирует нарративные структуры, особенности драматургического устройства и принципы организации сторителлинга аудиовизуальных произведений (фильмов, сериалов, медиафраншиз, трансмедийных вселенных) и их адаптаций;
* оценивает взаимосвязь между медиаформатом, повествовательными элементами (сюжет, фабула, конфликт, персонаж) и драматургическими приемами;
* применяет инструменты нарративного и драматургического анализа для решения креативных и исследовательских задач.

**Лекции**

***Верещагина Наталья Викторовна***

Дисциплина включает 16 лекционных ак. часов (4 лекции по 4 ак. часа), лекции пройдут синхронно онлайн по следующему расписанию:

**12 февраля (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**19 февраля (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**5 марта (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**19 марта (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**Ссылка для подключения:** <https://us05web.zoom.us/j/82007871317?pwd=y1YHKAbrKrO7AyaEbjA6YrtEQbEHwg.1>

**Семинары**

***Дроздова Анастасия Олеговна***

Дисциплина включает 32 семинарских ак. часа (8 семинаров по 4 часа). На последнем занятии курса запланирован финальный элемент контроля (4 ак. часа). Семинары 1-7 пройдут оффлайн (в аудитории), 8 семинар пройдет синхронно онлайн.

**26 февраля (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**12 марта (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**26 марта (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**2 апреля (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**9 апреля (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**16 апреля (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**23 апреля (ср)**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**Элементы контроля**

***Дроздова Анастасия Олеговна***

***Верещагина Наталья Викторовна***

**30 апреля (ср) – презентация открывающих сцен – онлайн**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

**Ссылка для подключения:** <https://us05web.zoom.us/j/82007871317?pwd=y1YHKAbrKrO7AyaEbjA6YrtEQbEHwg.1>

**14 мая (ср) – онлайн – итоговый элемент контроля – онлайн**

12.00–13.30 (тюмень) третья пара

14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара

**Ссылка для подключения:** <https://us05web.zoom.us/j/82007871317?pwd=y1YHKAbrKrO7AyaEbjA6YrtEQbEHwg.1>

**Формула итоговой оценки**

**работа на семинаре\*0,5 + гр. работа по адаптации\*0,2 + индив. итоговая през. \*0,3**

где

**1. работа на семинарах включает в себя:**

- групповую презентацию (теория)\*0,2

- индивидуальную презентацию (практика) \*0,2

- индивидуальное задание (дискуссант)\*0,1

**групповая презентация (теория)** – групповое задание, аналитическая презентация теоретической работы с примерами (теория) **– ТюмГУ**

Выполняется в группе по 2 человека.

Задание оценивается по 100-балльной шкале ТюмГУ, вес задания – 20 % от итоговой оценки за дисциплину.

В течение курса необходимо подготовить не менее 1 групповой презентации.

*Задание не пересдается.*

***Критерии оценивания***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Максимальный балл** | **Критерий** | **Порядок выставления балла** |
| 0-10 | соблюдение тайминга (до 10 минут) | тайминг соблюден – 10 баллов  тайминг нарушен на +/- 2 минуты – 7 баллов  тайминг нарушен на +/- 3 минуты – 5 баллов  тайминг нарушен более чем на +/- 3 – 0 баллов |
| 0-10 | визуальная презентация (до 10 слайдов, включая титульный) | презентация отражает ключевые тезисы работы и иллюстрации, на титульный лист вынесены авторы и метаданные, количество слайдов соблюдено – 10 баллов  презентация оформлена с неточностями, ошибками, без иллюстраций, превышен объем слайдов – 5 баллов  презентация отсутствует – 0 баллов |
| 0-15 | наличие корректных примеров/иллюстраций (не менее 3) | презентация содержит не менее 3 корректных примеров/иллюстраций к тезисам анализируемого текста/автора, найденных самостоятельно – 15 баллов  2 примера – 10 баллов  1 пример – 5 баллов  0 примеров – 0 баллов |
| 0-10 | краткое представление автора/текста | кратко представлен автор/текст (в каком исследовательском поле работает, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает) – до 10 баллов |
| 0-15 | анализ структуры текста, основных проблем/вопросов | представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы – до 15 баллов |
| 0-20 | анализ методологической рамки, подхода | какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается, в чем их ограничения и возможности, сравните с другими (хотя бы одним) подходом к этой проблеме/этому вопросу – до 20 баллов |
| 0-15 | анализ ключевых тезисов | выделите основные тезисы автора, соответствуют ли они поставленным вопросам, к каким заключениям / выводам приходит автор – до 15 баллов |
| 0-5 | ответы на вопросы в рамках подготовленной презентации и материалов, изученных на предыдущих занятиях курса |  |

**индивидуальная презентация (практика)** – индивидуальное задание, презентация результатов анализа произведения/проекта **– ТюмГУ**

Задание оценивается по 100-балльной шкале ТюмГУ, вес задания – 20 % от итоговой оценки за дисциплину.

В течение курса необходимо подготовить не менее 1 индивидуальной презентации

*Задание не пересдается.*

***Критерии оценивания***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Максимальный балл** | **Критерий** | **Порядок выставления балла** |
| 0-10 | соблюдение тайминга (до 10 минут) | тайминг соблюден – 10 баллов  тайминг нарушен на +/- 2 минуты – 7 баллов  тайминг нарушен на +/- 3 минуты – 5 баллов  тайминг нарушен более чем на +/- 3 – 0 баллов |
| 0-10 | визуальная презентация (до 10 слайдов, включая титульный) | презентация отражает ключевые тезисы работы и иллюстрации, на титульный лист вынесены метаданные, количество слайдов соблюдено – 10 баллов  презентация оформлена с неточностями, ошибками, без иллюстраций, превышен объем слайдов – 5 баллов  презентация отсутствует – 0 баллов |
| 0-15 | наличие научных источников (не менее 3) | для подготовки презентации необходимо найти не менее 3 источников научной литературы релевантных анализируемому произведения и параметрам анализа (они должны быть представлены на слайде, оформлены по ГОСТ или APA)  при подготовке презентации использованы 3 корректно подобранных научных источника (оформление верное, источники вынесены на слайд) – 15 баллов  2 источник – 10 баллов  1 источник – 5 баллов  0 источников – 0 баллов |
| 0-10 | представление произведение (проекта, жанра и т.п.) | емко представлен анализируемый объект (фильм, сериал, жанр и т.п.), выделены его ключевые особенности по отношению к рассматриваемым вопросам, структура – до 10 баллов |
| 0-15 | постановка анализируемого вопроса, выбор схемы анализа | сформулируйте вопрос, касающийся анализируемого объекта (фильма, сериала, проекта и т.п.), сконструируйте схему анализа, опираясь на вопросы теоретической семинара и подобранные самостоятельно материалы, используйте теоретические подходы (они должны быть четко обозначены в презентации) – до 15 баллов |
| 0-20 | реализация выбранной схемы анализа | продемонстрируйте основные пункты проведенного анализа, приведите примеры из анализируемого произведения – до 20 баллов |
| 0-15 | результаты и выводы | обозначьте ключевые результаты проведенного анализа (решен ли обозначенный вопрос, какие теории удалось использовать, что не сработало, что не удалось рассмотреть на этом этапе) – до 15 баллов |
| 0-5 | ответы на вопросы в рамках подготовленной презентации и материалов, изученных на предыдущих занятиях курса |  |

**индивидуальное задание (дискуссант)** – индивидуальное задание, формулирование вопросов и комментариев к анализу произведения/проекта (требуется предварительная подготовка) **– ТюмГУ**

Задание оценивается по 100-балльной шкале ТюмГУ, вес задания – 10 % от итоговой оценки за дисциплину.

В течение курса необходимо выступить дискуссантом не менее 1 раза.

*Задание не пересдается.*

***Критерии оценивания***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Максимальный балл** | **Критерий** | **Порядок выставления балла** |
| 0-10 | соблюдение тайминга (до 3 минут) | тайминг соблюден – 10 баллов  тайминг нарушен на +/- 1 минуту – 5 баллов  тайминг нарушен более чем на +/- 2 минуты – 0 баллов |
| 0-20 | интерпретация анализируемого вопроса и результатов | В своем ответе дискуссант демонстрирует понимание анализируемого вопроса, поставленного в работе – до 10 баллов  В своем ответе дискуссант учитывает представленные в презентации результаты анализа, опирается на них, когда аргументирует свою оценку – до 20 баллов |
| 0-40 | анализ презентации | Дискуссант формулирует свою оценку представленной презентации, выделяя удавшиеся пункты анализа и ошибки:  - дает оценку работы, опираясь на теории/концепции, знание анализируемого автором текста – 10 баллов,  - корректно оценивает выбор схемы анализа, ее соответствие поставленному вопросу и теме семинара – 10 баллов  - выделяет удачные тезисы в работе или аргументирует их отсутствие – 10 баллов  - аргументировано указывает на ошибки, допущенные в работе, либо, в случае их отсутствия, формулирует перспективы для дальнейшей работы – до 10 баллов |
| 0-30 | формулирование вопросов к презентации | Свою оценку работы дискуссант должен завершить содержательными вопросами (не менее 3), адресованными автору презентации – 30 баллов.  Вопросы должны быть:  - относится к содержанию представленной презентации;  - отражать не затронутые автором презентации стороны анализируемого проекта;  - вопросы не должны выходить за пределы вопросов конкретного семинара, на котором представлена презентация, а также за пределы заявленного проекта. |

**2. групповая работа по адаптации**

**Групповая презентация открывающей сцены с аналитической запиской** по адаптации произведения (группы до 3 чел.) **– НИУ ВШЭ и ТюмГУ**

Задание оценивается по 100-балльной шкале ТюмГУ, вес задания – 20 % от итоговой оценки за дисциплину.

Аналитическая записка выполняется письменно асинхронно, загружается в SmartLMS **до 25 апреля (14.00).**

Презентация открывающей сцены пичингуется устно синхронно, на занятии.

*Задание не пересдается.*

В группе (до 3 человек) необходимо выбрать один из предложенных текстов и подготовить (режиссерскую экспликацию) открывающей сцены киноадаптации этого текста:

Эдгар Аллан По [Очки](http://lib.ru/INOFANT/POE/eyeglass.txt)

Эдгар Аллан По [Потеря дыхания](http://az.lib.ru/p/po_e_a/text_1832_loss_of_breath-engelgardt.shtml)

Эдгар Аллан По [Черный кот](http://www.lib.ru/INOFANT/POE/blackcat.txt)

В SmartLMS **до 25 апреля (14.00)** один человек из группы загружает сценарий открывающей сцены (в форме литературного сценария до 2 страниц) с описанием состава команды и роли каждого участника группы. Презентация адаптации открывающей сцены в форме презентации режиссерской экспликации состоится **30 апреля (на занятии)**.

*Время презентации – до 4 минут.* Презентация должна раскрывать содержание сцены в контексте общей идеи адаптации *и должна содержать*:

*-* драматическую структуру сцены (с визуальным концептом)

- мудборд

- референсы

Группа, не загрузившая сценарий в систему, не допускается до презентации, за элемент контроля выставляется оценка 0.

***Критерии оценивания***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Максимальный балл** | **Критерий** | **Порядок выставления балла** |
| 0-10 | аналитическая записка к адаптации | Документ оформлен согласно требованиям, в нем указаны особенности, касающиеся адаптации:  - жанр (описание и характеристика)  - общая концепция и визуальная концепция адаптации (описание и характеристика)  - персонажи (описание и характеристика)  Представлены все элементы – до 10 баллов. |
| 0-20 | короткий синопсис и сценарий сцены | Документ оформлен согласно требованиям, в нем приведены:  - короткий синопсис  - сценарий  Приведенные материалы не имеют внутренних противоречий, соответствуют обозначенным в аналитической записке решениям – до 20 баллов. |
| 0-10 | соблюдение тайминга (до 4 минут) | Тайминг соблюден – 10 баллов  Тайминг нарушен – 0 баллов |
| 0-40 | драматургия сцены | В презентации должно быть представлено:  - структура сцены (экспозиция, развитие действия, развязка)  - персонажи (образ, функция)  - пластические (действия, движения) и визуальные решения сцены (атмосфера, пространство, костюмы, реквизит)  - звуковые решения сцены (речь, музыка, шум)  Предлагаемые конструкции сцены не должны противоречить аналитической записке.  Максимальное количество баллов – 40 баллов. |
| 0-10 | мудборд | Презентация должна содержать изображения, которые представляют стиль и настроение сцены (адаптации в целом) и отражают визуальную концепцию. Можно показать ракурс, фокус, кадр, цветовую таблицу, фотографии локаций.  NB: фотографии, кадры из фильмов и т.п. должны иметь ссылку на источник.  Максимальное количество баллов – 10 баллов. |
| 0-10 | референсы | Для постановки сцены должны быть подобраны референсы (не менее одного) из фильмов, сериалов или других визуальных произведений. Референсы могут быть использованы для построения/вдохновения любого элемента сцены (например, мизансцены или движения камеры).  Референс назван и считывается из сцены.  Максимальное количество баллов – 10 баллов. |

**3. индивидуальная итоговая презентация** по драматургическому анализу фильма, сериала, трансмедийного проекта **– НИУ ВШЭ и ТюмГУ**

Задание оценивается по 100-балльной шкале ТюмГУ, вес задания – 30 % от итоговой оценки за дисциплину.

*Задание пересдается только по уважительной причине.*

До **5 мая (17.00)** необходимо выбрать из рекомендуемого списка источник для анализа (напротив произведения запишите ФИО, напротив одного произведения можно записать не более двух имен). Все работы выполняются индивидуально.

Формат: выбранное произведения должно быть проанализировано, результаты анализа представляются устно. Время презентации – до 4 минут. Презентация должна сопровождаться визуальными материалами/презентацией до 10 слайдов.

Выберите один из типов задания для выбранного произведения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **«питчинг героя»** | **«питчинг истории»** | **«питчинг вселенной/мира»** |
| Данный тип задания предполагает анализ персонажа и его особенностей в структуре произведения. | Данный тип задания предполагает анализ истории произведения/проекта (основного конфликта). | Данный тип задания предполагает анализ вселенной и её особенностей в структуре трансмедийного проекта. |

***Критерии оценивания***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Максимальный балл** | **Критерий** | **Порядок выставления балла** |
| 0-10 | соблюдение тайминга (до 4 минут) | тайминг соблюден – 10 баллов  тайминг нарушен – 0 баллов |
| 0-10 | визуальная презентация (до 10 слайдов, включая титульный) | презентация отражает ключевые тезисы работы и иллюстрации, на титульный лист вынесены метаданные, количество слайдов соблюдено – 10 баллов  презентация отсутствует или выполнена с нарушениями – 0 баллов  презентация оформлена с неточностями, ошибками, без иллюстраций, превышен объем слайдов – 5 баллов  презентация отсутствует – 0 баллов |
| 0-10 | представление проекта | лаконичность в представлении главных особенностей выбранного проекта, корректное использование терминов, отсылающих к изученным академическим концепциям, подходам, трансмедийным аналитическим моделям и т.п. – до 10 баллов |
| 0-10 | сформулирован вопрос | корректность сформулированного исследовательского вопроса (соответствует выбранному типу презентации) – до 10 баллов |
| 0-30 | реализация выбранной схемы анализа | в рамках анализа раскрываются драматургические особенности конструирования персонажа/истории/вселенной; схема соответствует заявленному вопросу – до 30 баллов |
| 0-10 | результаты и выводы | сформулированы самостоятельные выводы (отвечают на поставленный вопрос, демонстрируют особенности драматургической структуры проекта) – до 10 баллов |
| 0-10 | список использованной литературы | корректно подобраны (не менее 3 научных источников по теме презентации), оформлены и выведены на слайд – до 10 баллов |
| 0-10 | иллюстрации/примеры | основные тезисы корректно проиллюстрированы примерами – до 10 баллов |

**Правила пересдачи**

Возможна пересдача только итоговой индивидуальной презентации (только по уважительной причине). Другие элементы контроля не пересдаются.

В случае отсутствия студента по уважительной причине и по предоставлению соответствующих документов преподавателю по электронной почте (в срок – не позднее дня проведения элемента контроля) студент допускается до пересдачи. Уважительной причиной неявки студента на элемент контроля считается болезнь, подтвержденная медицинской справкой (справка о временной нетрудоспособности). О невозможности выполнить элемент контроля по состоянию здоровья студент должен предупредить преподавателя не позднее наступления дня защиты.

**Экзамен**

*На экзамен выходят только те студенты, которые по результатам текущей успеваемости получили оценку “неудовлетворительно”, и / или студенты, которые оценкой, полученной по результатам текущей успеваемости не удовлетворены. В качестве итоговой оценки в таком случае выставляется оценка, полученная по результатам сдачи экзамена – без учета текущей успеваемости.*

Формат экзамена: экзамен проходит устно синхронно онлайн.

**Экзамен состоит из 3 заданий** (каждое из которых оценивается по 100-ой шкале, за экзамен выставляется как среднее арифметич. за 3 задания):

**1. презентация открывающей сцены с аналитической запиской** по адаптации произведения. Заранее необходимо выбрать один из предложенных текстов и подготовить:

- текст (аналитическая записка + сценарий сцены; объем до 2 страниц)

- презентацию драматургии сцены

Время презентации – до 4 минут. Презентация должна раскрывать содержание сцены в контексте общей идеи адаптации и должна содержать:

*-* драматическую структуру сцены (с визуальным концептом)

- мудборд

- референсы

Список произведений для адаптации:

Эдгар Аллан По [Очки](http://lib.ru/INOFANT/POE/eyeglass.txt)

Эдгар Аллан По [Потеря дыхания](http://az.lib.ru/p/po_e_a/text_1832_loss_of_breath-engelgardt.shtml)

Эдгар Аллан По [Черный кот](http://www.lib.ru/INOFANT/POE/blackcat.txt)

*Критерии оценивания приведены в задании групповая презентация открывающей сцены.*

**2. устный ответ по содержанию текста. Список текстов для подготовки.**

*Критерии оценивания приведены в заданиях к семинару (теория).*

**2. устный ответ по драматургии фильма. Список фильмов к экзамену**

*Критерии оценивания приведены в заданиях к семинару (анализ фильма).*

Итоговая оценка за дисциплину выставляется по 100-ой шкале ТюмГУ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **100-балльная система**  **ТюмГУ** | **5-балльная система** | **10-балльная система**  **НИУ ВШЭ** |
| 98-100 | отлично | 10 |
| 95-97 | отлично | 9 |
| 91-94 | отлично | 8 |
| 84-90 | хорошо | 7 |
| 76-83 | хорошо | 6 |
| 69-75 | удовлетворительно | 5 |
| 61-68 | удовлетворительно | 4 |
| 41-60 | неудовлетворительно | 3 |
| 21-40 | неудовлетворительно | 2 |
| 1-20 | неудовлетворительно | 1 |
| 0 | неудовлетворительно | 0 |

**Материалы курса**

**Telegram-канал курса** – <https://t.me/+rLYyoAsm4Rg3Mjky>

**Папка курса** – <https://drive.google.com/drive/folders/1-Q_BDLLsjZEo06vrFzPwmXN2L7vFPAeh?usp=sharing>

**Структура лекций**

**Лекция 1. Нарратив, сторителлинг, драматургия**

**Нарратив и нарративная структура.**

Нарратор. История. Наррация. Уровни нарратива. Металепсис.

Сюжет и фабула. Растяжение и сжатие событий в истории. Типы повествования. Точка зрения (фокализация). Виды нарратива и нарративные формы.

**Сторителлинг как культурная и нарративная практика.**

От устных практик до стриминговых платформ.

**Драматургия как теория и практика.**

От *Поэтики* до практических руководств (*Сид Филд, Крис Фоглер, Роберт Макки, Линда Сегер, Блейк Снайдер*). Драматургия как совокупность приемов «дизайна эмоционального опыта». Драматургические принципы и особенности восприятия.

**Лекция 2. Киноязык и кинодраматургия**

**Изображение и киноязык.**

Кадр, сцена, эпизод, монтажная фраза. Мизансцена.

Формат, плана (крупность), угол (ракурс). Движение. Монтаж.

Атмосфера (пространство, среда, костюм, реквизит). Свет и цвет.

Звук (голос, музыка, шум, тишина).

Конструирование невизуального (вкус, запах, осязание).

**Кинодраматургия и разработка истории.**

Типы кино. Персонаж. Система персонажей. Конфликт. Повествовательные формы и сеттинги. Характер действия и структура сюжета. Frame story. Сюжетная арка (Story arc). Эффект Расёмона.

Устройство сценариев: литературный сценарий и режиссерская экспликация (режиссерский сценарий).

**Лекция 3. Жанровые конвенции, формулы и тропы киноисторий**

**Киножанры и конвенции популярного кинематографа**

Киноформы, сеттинги (*Дэвид Бордуэлл*) и жанровые конвенции популярного кинематографа. Формульный кинематограф (*Джон Кавелти*): приключение, тайна, любовная история.

**Сериалы и кинофраншизы.**

Сиквел. Приквел. Спин-офф. Ребут. Кроссовер.

Жанры телесериалов и их конвенции.

**Приемы**: флешбек и воспоминания (recall), флешфорвард и предзнаменования, клиффхэнгер, нарративный крючок (narrative hook), MacGuffin и др.

Нарративный анализ фильмов и сериалов.

**Лекция 4. Трансмедийное повествование, worldbuilding, адаптации**

**Трансмедийное повествование**

Мультиплатформенность, трансмедийность, кроссмедийность, мультимедийность.Теории трансмедиа (Роберт Праттен, Генри Дженкинс, Ренира Гамбарато)

**Worldbuilding.**

Проактивные и ретроактивные трансмедийные вселенные.

Конвергенция кинематографических и игровых нарративов.

Специфические приемы трансмедийного повествования: кроличья нора, сырные дырки, данглер, реткон, сюжетный дрейф и др.

**Адаптация.**

Принципы адаптации (*Линда Хатчеон*). Киноадаптация.

**Структура семинаров**

Каждый из 7 семинаров имеет следующую структуру:

**1 часть. Теоретическая** – анализ подходов, работа с литературой по теме (презентации в группах до двух человек). **Группы презентуют аналитический разбор предложенных текстов** по вопросам с примерами – до 10 минут, с презентацией – до 10 слайдов. После презентаций групп состоится обсуждение проблем, обозначенных в текстах, в формате «открытого микрофона». За курс необходимо подготовить не менее 1 групповой презентации (2 человека в группе).

**2 часть. Практическая** – работа с кейсами (индивидуальная работа) – анализ фильмов, сериалов, трансмедийных миров из предложенного списка и комментарии дискуссантов.

**Индивидуальная презентация** предполагает последовательный аналитический разбор предложенных кейсов, максимальное время презентации – до 10 минут, с визуальной презентацией – до 10 слайдов. За курс каждый студент должен подготовить не менее 1 презентации.

**Комментарии и вопросы от дискуссанта** к анализу произведения/проекта.

За курс каждый студент должен выступить дискуссантом не менее 1 раза.

**До 18 февраля (18.00)** необходимо выбрать 1 групповую презентацию,1 индивидуальную презентацию и роль дискуссанта на одном из 7 занятий. На 1 занятии студент может записаться на 1 вид занятия.

*После 19 февраля не записавшиеся студенты будут распределены по свободным слотам преподавателем (без возможности перезаписи/пересдачи).*

# Семинар 1.

# Кинонарратив и нарративная структура

# Семинар посвящен нарративным структурам и основным принципам их анализа.

Групповых презентации – 2

Индивидуальных презентации – 5

**Теоретическая часть**

до семинарского занятия группы (до 2 человек) выбирают один из предложенных текстов, самостоятельно анализируют его (по предложенным вопросам) и готовят презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов.

**Литература для групп (рекомендуется всем), доступна в библиотеке курса**

Презентация 1. Bordwell D. Narrative as a Formal System (глава) // Film Art: Аn Introduction / David Bordwell, Kristin Thompson. 2008. P. 74-92

Презентация 2. Verstraten P. Basic Principles of Narratology (глава) // Film narratology. P. 31-49.

**Опорные вопросы для подготовки презентации**

- кратко представьте автора (в каком исследовательском поле работает, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает);

- представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы);

- какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается;

- о каких элементах нарративного анализа / нарративных структур говорит автор, как их определяет;

- как иллюстрирует элементы / структуры;

- к каким заключениям / выводам приходит;

- выберите произведение(я) и продемонстрируйте описанные автором элементы (литературное произведение, фильм, сериал и т.п. – на выбор, не менее 3).

**Практическая часть**

**Произведения для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Презентация 1. Мой учитель-осьминог (My Octopus Teacher, 2020, реж. Пиппа Эрлих, Джеймс Рид) или Океаны (Oceans, 2008, реж. Ж. Перрен) – один из фильмов

Презентация 2. Марсель, ракушка в ботинках (Marcel the Shell with Shoes On, 2021, реж. Дин Флейшер-Кэмп) или Ведьма из Блэр (The Blair Witch Project, 1999, Д. Мирик и [Э. Санчес](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B5%D1%81,_%D0%AD%D0%B4%D1%83%D0%B0%D1%80%D0%B4%D0%BE&action=edit&redlink=1))

Презентация 3. Изумительный Морис (The Amazing Maurice, 2022, реж. Тоби Генкель) или Остров собак (Isle of Dogs, 2018, реж. У. Андерсон)

Презентация 4. Окно во двор (Rear Window,1954, реж. А. Хичкок) или Женщина в окне (The Woman in the Window, 2022, реж. Д. Райт)

Презентация 5. Анора (Anora, 2024, реж. Ш. Бейкер) или Красотка (Pretty Woman, 1990, Г. Маршалл)

**Литература для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

[Bordwell D. Narrative as a Formal System // Film Art: Аn Introduction / David Bordwell, Kristin Thompson. 2008. P. 74-92](https://drive.google.com/drive/folders/1krWRLBu78JOP8iIU9n2BHaIoLSeGwIeB?usp=sharing)

**Опорные вопросы для подготовки индивидуальной презентации**

до семинарского занятия необходимо выбрать один из предложенных фильмов, сформулировать исследовательский вопрос в рамках темы семинара (используя предлагаемую литературу), проанализировать фильм, следуя за исследовательским вопросом и опираясь на предложенные вопросы/схемы, и подготовить презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов. При подготовке работы используйте предлагаемую литературу.

- кратко презентуйте произведение (режиссер, жанр, год создания и т.п.)

- сформулируйте исследовательский вопрос, касающийся нарративных особенностей произведения

- опишите наиболее важные, с вашей точки зрения, особенности нарративной формы выбранного произведения (выберите 2-3 особенности, опишите их с точки зрения теории кинонарратива и проиллюстрируйте примерами из произведения)

- представьте произведение через схему трехактной структуры (любой из)

- презентация должна быть до 10 минут и сопровождаться слайдами

- для подготовки презентации необходимо найти не менее 3 источников научной литературы (они должны быть представлены на слайде)

**Работа дискуссанта**

дискуссанту необходимо устно прокомментировать представленный анализ произведения в контексте темы семинарского занятия (см. критерии к заданию). На речь дискуссанта отводится до 3 минут, при этом необходимо:

* дать оценку проекта
* аргументировать свою оценку, выделив удачные и неудавшиеся стороны проекта (либо обосновать их отсутствие)
* продемонстрировать собственную интерпретацию анализируемого вопроса и результатов анализа
* показать знание тех теорий и концепций, на которые опирались авторы.

Оценка проекта дается в корректной форме, ее выбор аргументируется.

# Семинар 2.

# Представление персонажа. Путь героя и героини в кинонарративе (К. Воглер и М. Мёрдок)

Семинар посвящен персонажам в структуре истории.

Групповых презентации – 2

Индивидуальных презентации – 5

**Теоретическая часть**

до семинарского занятия группы (до 2 человек) выбирают один из предложенных текстов, самостоятельно анализируют его (по предложенным вопросам) и готовят презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов.

**Литература для групп (рекомендуется всем), доступна в библиотеке курса**

Презентация 1. Practical guide (гайд на англ. языке). Vogler, С. The Writer's Journey: Mythic Structure for Storytellers and Screenwriters (можно взять на русском языке):

- кратко представьте автора (в каком исследовательском/прикладном поле работает, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает);

- объясните основные положения авторского гайда: основные рецепты;

- объясните предлагаемую автором схему повествования, какие этапы проходит герой (опишите «путь героя»);

- проиллюстрируйте правила и элементы гайда на 3-5 фильмах и(или) сериалах;

- соотнесите авторский метод с формульным повествованием.

Презентация 2. Мёрдок М. Путешествие Героини. – М.: Клуб Касталия. 2018 (на русс. яз):

- кратко представьте автора (в каком исследовательском поле работает, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает);

- представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы);

- какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается;

- какую аргументацию использует, как иллюстрирует;

- к каким заключениям / выводам приходит;

- выберите произведение(я) и продемонстрируйте основные авторские тезисы (2-3 фильма и/или сериала).

**Практическая часть**

**Произведения для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Презентация 1. Барби (Barbie, 2023, реж. Грета Гервик) или Бедные-несчастные (Poor Things, 2023, реж. Й. Лантимос)

Презентация 2. Бегущий по лезвию (Blade Runner, 1982, реж. Ридли Скотт) или Бегущий по лезвию 2049 (Blade Runner 2049, 2017, реж. Д. Вильнёв)

Презентация 3. Лука (Luca, анимация, 2021) или Душа (Soul, 2020)

Презентация 4. D: Охотник на вампиров (吸血鬼ハンターD, 1985, реж. Тоё Асида) или Навсикая из долины ветров (Kaze no tani no Naushika, 1984, реж. Х. Миядзаки) или Мальчик и птица (Kimitachi wa Dou Ikiru ka, 2023, реж. Х. Миядзаки)

Презентация 5. Король лев (The Lion King, анимация, 1994) или Муфаса: Король лев (Mufasa: The Lion King, анимация, 2024)

**Литература для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Practical guide (гайд на англ. языке). Vogler, С. The Writer's Journey: Mythic Structure for Storytellers and Screenwriters (можно взять на русском языке)

**Индивидуальные презентации:** до семинарского занятия необходимо выбрать один из предложенных фильмов, сформулировать исследовательский вопрос в рамках темы семинара (используя предлагаемую литературу), проанализировать фильм, следуя за исследовательским вопросом и опираясь на предложенные вопросы/схемы, и подготовить презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов. При подготовке работы используйте предлагаемую литературу.

**Опорные вопросы для подготовки индивидуальной презентации**

- кратко презентуйте произведение (режиссер, год создания, продакшн и постпродакшн, прокат и т.п.);

- выделите и продемонстрируйте трехактную структуру произведения, прокомментируйте путь героя (проиллюстрируйте сценами). Используйте схему С. Воглера (есть в библиотеке) или любую другую (например, Блейк Снайдер или др)

- в рамках анализа должны быть подобраны и использованы не менее 3 источников научной литературы

|  |  |
| --- | --- |
| Изображение выглядит как текст, линия, диаграмма, Шрифт  Автоматически созданное описание | Изображение выглядит как текст, линия, диаграмма, Шрифт  Автоматически созданное описание |



Изображение выглядит как текст, чек, диаграмма, линия

Автоматически созданное описание

**Работа дискуссанта**

дискуссанту необходимо устно прокомментировать представленный анализ произведения в контексте темы семинарского занятия (см. критерии к заданию). На речь дискуссанта отводится до 3 минут, при этом необходимо:

* дать оценку проекта
* аргументировать свою оценку, выделив удачные и неудавшиеся стороны проекта (либо обосновать их отсутствие)
* продемонстрировать собственную интерпретацию анализируемого вопроса и результатов анализа
* показать знание тех теорий и концепций, на которые опирались авторы.

Оценка проекта дается в корректной форме, ее выбор аргументируется.

# Семинар 3.

# Формульные повествования, конвенции и жанры

# Семинар посвящен особенностям формульного повествования, жанрам и сеттингам.

Групповых презентации – 3

Индивидуальных презентации – 5

**Теоретическая часть**

до семинарского занятия группы (до 2 человек) выбирают один из предложенных текстов, самостоятельно анализируют его (по предложенным вопросам) и готовят презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов.

**Литература для групп (рекомендуется всем), доступна в библиотеке курса**

Презентация 1. Cawelti J. G. Adventure, Mystery and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture. Chicago, 1976 (есть перевод 1 главы, по [ссылке](http://culturca.narod.ru/Cavelty1.htm)):

- Formulas, Genres, and Archetypes (стр. 5-8);

- The Artistic Characteristics of Formula Literature (стр. 8-20)

Презентация 2. Cawelti J. G. Adventure, Mystery and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture. Chicago, 1976

- Notes toward a Typology of Literary Formulas (Adventure, Romance, Mystery, Melodrama, Alien Beings or States) (стр. 37-50)

Презентация 3. Bordwell D. Film Genres // Film Art: Аn Introduction / David Bordwell, Kristin Thompson. 2008. P. 318-338

**Опорные вопросы для подготовки презентации**

- кратко представьте автора (в каком исследовательском поле работает, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает);

- представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы);

- какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается;

- о каких особенностях жанров говорит автор;

- как иллюстрирует;

- к каким заключениям / выводам приходит;

- выберите произведение(я) и продемонстрируйте описанные автором элементы (на выбор, не менее 3).

**Практическая часть**

**Произведения для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Презентация 1. слэшер – Крик (Scream, 1996, У. Крэйвен) или Пятница 13-ое (Friday the 13th, 1980, Ш. Каннингем)

Презентация 2. мокьюментари – Реальные упыри (What We Do in the Shadows, 2014, Т. Вайтити) или Я всё еще здесь (I'm Still Here, 2010, К. Аффлек)

Презентация 3. ромком – Вам письмо (You've Got Mail, 1998, Н. Эфрон) или Когда Гарри встретил Салли (When Harry Met Sally…1989, Роб Райнер)

Презентация 4. научная фантастика (фильмы о пришельцах) – Прибытие (Arrival, 2016, Д. Вильнев) или Марс атакует! (Mars Attacks!, 1996, Т. Бёртон)

Презентация 5. фильм-катастрофа – 2012 (2009, Роланд Эммерих) или Заражение (Contagion, 2011, С. Содерберг)

**Литература для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Bordwell D. Film Genres // Film Art: Аn Introduction / David Bordwell, Kristin Thompson. 2008. P. 318-338

**Индивидуальные презентации:** до семинарского занятия необходимо выбрать один из предложенных фильмов, сформулировать исследовательский вопрос в рамках темы семинара (используя предлагаемую литературу), проанализировать фильм, следуя за исследовательским вопросом и опираясь на предложенные вопросы/схемы, и подготовить презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов. При подготовке работы используйте предлагаемую литературу.

**Опорные вопросы для подготовки индивидуальной презентации**

- представьте жанр (когда появился, контекст, влияния)

- опишите особенности жанра, используя фильм, в чем они выражаются на уровне нарратива и кинонарратива,

- какие формульные конструкции встречаются в этом жанре (персонажи, сеттинг и др), продемонстрируйте опираясь на анализируемый фильм

- продемонстрируйте «формулу» фильма как жанровую

- в рамках анализа должны быть подобраны и использованы не менее 3 источников научной литературы

**Работа дискуссанта**

дискуссанту необходимо устно прокомментировать представленный анализ произведения в контексте темы семинарского занятия (см. критерии к заданию). На речь дискуссанта отводится до 3 минут, при этом необходимо:

* дать оценку проекта
* аргументировать свою оценку, выделив удачные и неудавшиеся стороны проекта (либо обосновать их отсутствие)
* продемонстрировать собственную интерпретацию анализируемого вопроса и результатов анализа
* показать знание тех теорий и концепций, на которые опирались авторы.

Оценка проекта дается в корректной форме, ее выбор аргументируется.

# Семинар 4.

# Нарушение формул и феномен плохого кино

*Семинар посвящен феномену плохого кино.*

Групповых презентации – 3

Индивидуальных презентации – 4

**Теоретическая часть**

до семинарского занятия группы (до 2 человек) выбирают один из предложенных текстов, самостоятельно анализируют его (по предложенным вопросам) и готовят презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов.

**Литература для групп (рекомендуется всем), доступна в библиотеке курса**

Презентация 1. Павлов А. Введение // Плохое кино. М.: Горизонталь, 2022. – с. 7-68

Презентация 2. MacDowell, James and Zborowski, James The Aesthetics of ‘So Bad it’s Good’

Презентация 3. Tooming, U. (2020). The puzzle of good bad movies. Journal of Aesthetic Education, 54(3), 31-46.

**Опорные вопросы для подготовки презентации**

- кратко представьте автора (в каком исследовательском поле работает, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает);

- представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы);

- какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается;

- о каких особенностях говорит автор;

- как иллюстрирует;

- к каким заключениям / выводам приходит;

- выберите произведение(я) и продемонстрируйте описанные автором элементы (на выбор, не менее 3).

**Практическая часть**

**Произведения для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Презентация 1. Живая мертвечина (Braindead, 1992, П. Джексон)

Презентация 2. Комната (Room, 2003, Т. Вайсо)

Презентация 3. Муви 43 (Movie 43, 2013)

Презентация 4. План 9 из открытого космоса (Plan 9 from Outer Space, 1957, Э. Вуд)

**Литература для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Павлов А. Введение // Плохое кино. М.: Горизонталь, 2022. – с. 7-68

**Индивидуальные презентации:** до семинарского занятия необходимо выбрать один из предложенных фильмов, сформулировать исследовательский вопрос в рамках темы семинара (используя предлагаемую литературу), проанализировать фильм, следуя за исследовательским вопросом и опираясь на предложенные вопросы/схемы, и подготовить презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов. При подготовке работы используйте предлагаемую литературу.

**Опорные вопросы для подготовки индивидуальной презентации:**

- кратко презентуйте произведение (режиссер, жанр, год создания и т.п.)

- сформулируйте исследовательский вопрос, касающийся особенностей произведения

- опишите наиболее важные, с вашей точки зрения, особенности выбранного произведения (выберите 2-3 особенности, опишите их с точки зрения теории кинонарратива и проиллюстрируйте примерами из произведения)

- почему фильм относится к плохому кино, к какому типу плохого кино он относится, есть ли у него своя аудитория

- нарушает ли он нарративные, драматические, жанровые конвенции и формулы

- презентация должна быть до 10 минут и сопровождаться слайдами

- для подготовки презентации необходимо найти не менее 3 источников научной литературы (они должны быть представлены на слайде)

**Работа дискуссанта**

дискуссанту необходимо устно прокомментировать представленный анализ произведения в контексте темы семинарского занятия (см. критерии к заданию). На речь дискуссанта отводится до 3 минут, при этом необходимо:

* дать оценку проекта
* аргументировать свою оценку, выделив удачные и неудавшиеся стороны проекта (либо обосновать их отсутствие)
* продемонстрировать собственную интерпретацию анализируемого вопроса и результатов анализа
* показать знание тех теорий и концепций, на которые опирались авторы.

Оценка проекта дается в корректной форме, ее выбор аргументируется.

# Семинар 5.

# Transmedia Storytelling: медиафраншизы, построение вселенных и партисипаторные практики

Семинар посвящен основным понятиям Transmedia Storytelling (подходам Р. Гамбарато и Г. Дженкинса).

Групповых презентации – 2

Индивидуальных презентации – 5

**Теоретическая часть**

до семинарского занятия группы (до 2 человек) выбирают один из предложенных текстов, самостоятельно анализируют его (по предложенным вопросам) и готовят презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов.

**Литература для групп (рекомендуется всем), доступна в библиотеке курса**

Презентация 1. Jenkins H. [The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday)](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html) [текст из блога]: <http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html>

[Jenkins, Henry. 2009b. Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html). [текст из блога]: <http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html>

- опишите и проиллюстрируйте приведенные принципы, приведите примеры трансмедийных проектов (2-3 проекта)

см. принципы: <http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html>

Изображение выглядит как текст

Автоматически созданное описание

Презентация 2. Renira Rampazzo Gambarato, Geane Carvalho Alzamora, Lorena Tárcia. Methodological stance: transmedia design analytical and operational model // Theory, Development, and Strategy in Transmedia Storytelling. 2020. pp. 67-100[.](https://drive.google.com/drive/folders/1EDViCQKRIB_FaIGldcNU0dUmvJZEhJro?usp=sharing)

*Изображение выглядит как текст, снимок экрана, логотип, Графика

Автоматически созданное описание*

**Опорные вопросы для подготовки презентации**

- в каком исследовательском поле работает автор, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает;

- представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы);

- какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается;

- какую аргументацию использует, как иллюстрирует;

- к каким заключениям / выводам приходит;

- ключевые тезисы должны быть проиллюстрированы примерами (не менее 3-х);

- какие определения Transmedia приводятся;

- какие определения Transmedia Storytelling приводятся в текстах;

- какое из этих определений точнее всего отражает, на ваш взгляд, суть явления;

- что такое «Three C’s» трансмедийного проекта;

- в чем специфика трансмедиа франшизы, трансмедиа портманто и комплексного трансмедийного проекта;

- какие основные проблемы transmedia studies как области научных исследований и Transmedia Storytelling как сферы медиапрактики вы могли бы назвать?

**Практическая часть**

**Произведения для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Презентация 1. История игрушек (Toy Story) или Барби (Barbie) или Покемон (Pokеmon)

Презентация 2. Ходячие мертвецы (The Walking Dead) или Семейка Аддамс (The Addams Family) или Голодные игры (The Hunger Games)

Презентация 3. Годзилла (Godzilla) или Парк юрского периода (Jurassic Park)

Презентация 4. Обитель зла (Resident Evil) или Сайлент Хилл (Silent Hill) или Ведьмак (The Witcher)

Презентация 5. Чужой (Alien) или Хищник (Predator)

**Литература для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Renira Rampazzo Gambarato, Geane Carvalho Alzamora, Lorena Tárcia. Methodological stance: transmedia design analytical and operational model // Theory, Development, and Strategy in Transmedia Storytelling. 2020. pp. 67-100.

**Индивидуальные презентации:** до семинарского занятия необходимо выбрать один из предложенных проектов, сформулировать исследовательский вопрос в рамках темы семинара (используя предлагаемую литературу), проанализировать проект, следуя за исследовательским вопросом и опираясь на предложенные вопросы/схемы, и подготовить презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов. При подготовке работы используйте предлагаемую литературу.

**Опорные вопросы для подготовки индивидуальной презентации**

- кратко представьте проект (история, период, контекст возникновения, структура и содержание проекта);

- представьте структуру анализируемого проекта, как построена вселенная;

- представьте, охарактеризуйте и проиллюстрируйте признаки, указывающие на трансмедийность проекта;

- все ли признаки по Г. Дженкинсу/Гамбарато Р. присутствуют (выберите одну из теорий для анализа);

- какие из признаков слабее / сильнее проявляются (как вы полагаете, почему), есть ли потенциал для развития;

- для подготовки презентации необходимо найти не менее 3 источников научной литературы (они должны быть представлены на слайде).

**Работа дискуссанта**

дискуссанту необходимо устно прокомментировать представленный анализ произведения в контексте темы семинарского занятия (см. критерии к заданию). На речь дискуссанта отводится до 3 минут, при этом необходимо:

* дать оценку проекта
* аргументировать свою оценку, выделив удачные и неудавшиеся стороны проекта (либо обосновать их отсутствие)
* продемонстрировать собственную интерпретацию анализируемого вопроса и результатов анализа
* показать знание тех теорий и концепций, на которые опирались авторы.

Оценка проекта дается в корректной форме, ее выбор аргументируется.

# Семинар 6.

# Киноадаптации

Семинар посвящен адаптациям нарративов в фильмах и сериалах (ограничения, расширения, перестраивание повествования).

Групповых презентации – 2

Индивидуальных презентации – 5

**Теоретическая часть**

до семинарского занятия группы (до 2 человек) выбирают один из предложенных текстов, самостоятельно анализируют его (по предложенным вопросам) и готовят презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов.

**Литература для групп (рекомендуется всем), доступна в библиотеке курса**

Презентация 1. Hutcheon, L. Beginning to Theorize Adaptation: What? Who? Why? How? Where? When? In Hutcheon, L. A Theory of Adaptation. New York: Routledge. 2016 pp. 1–32.

Презентация 2. Dena, C. Transmedia Adaptation Revisiting the No-Adaptation Rule. pp. 195 – 206

**Опорные вопросы для подготовки презентации**

- в каком исследовательском поле работает автор, основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает;

- представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы);

- какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается;

- какую аргументацию использует, как иллюстрирует;

- к каким заключениям / выводам приходит;

- какие определения адаптации вы нашли в текстах;

*-* в чем специфика современной адаптации;

*-* какие факторы необходимо учитывать при анализе адаптаций? Какую методологию можно использовать при анализе адаптаций?

- для иллюстрации ключевых тезисов должны быть приведены примеры (не менее 3-х)

**Практическая часть**

**Произведения для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Презентация 1. Л. Толстой «Анна Каренина» и Анна Каренина (Anna Karenina, 2012, Великобритания, Джо Райт)

Презентация 2. С. Кинг «Оно» и Оно (2017-2019, США, Энди Мускетти) или С. Кинг «Сияние» и Сияние (1980, США, Стэнли Кубрик)

Презентация 3. И. Бергман Сцены из супружеской жизни (1974) и Сцены из супружеской жизни (2021, реж. Хагай Леви)

Презентация 4. М. Булгаков «Мастер и Маргарита» и Мастер и Маргарита (М. Локшин, 2023)

Презентация 5. Д. Остин «Эмма» и Эмма. (Emma., 2020, О. де Уайлд) или М. Этвуд Рассказ служанки и Рассказ служанки (The Handmaid’s Tale, 1 сезон)

**Литература для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Hutcheon, L. Beginning to Theorize Adaptation: What? Who? Why? How? Where? When? In Hutcheon, L. A Theory of Adaptation. New York: Routledge. 2016 pp. 1–32.

**Индивидуальные презентации:** до семинарского занятия необходимо выбрать один из предложенных проектов, сформулировать исследовательский вопрос в рамках темы семинара (используя предлагаемую литературу), проанализировать проект, следуя за исследовательским вопросом и опираясь на предложенные вопросы/схемы, и подготовить презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов. При подготовке работы используйте предлагаемую литературу.

**Опорные вопросы для подготовки индивидуальной презентации**

- кратко представьте произведение-адаптацию и литературный источник (история, период, контекст возникновения, структура и содержание проекта);

-в чем специфика представленной адаптации: что, для кого и какими средствами она адаптирует;

- что было учтено при адаптации источника, что не удалось воплотить;

- сравните трехчастные структуры, совпадают ли они;

- как вводятся герои;

- какие нарративные элементы вышли на передний план, какие были утрачены или опущены;

- для подготовки презентации необходимо найти не менее 3 источников научной литературы (они должны быть представлены на слайде)

**Работа дискуссанта**

дискуссанту необходимо устно прокомментировать представленный анализ произведения в контексте темы семинарского занятия (см. критерии к заданию). На речь дискуссанта отводится до 3 минут, при этом необходимо:

* дать оценку проекта
* аргументировать свою оценку, выделив удачные и неудавшиеся стороны проекта (либо обосновать их отсутствие)
* продемонстрировать собственную интерпретацию анализируемого вопроса и результатов анализа
* показать знание тех теорий и концепций, на которые опирались авторы.

Оценка проекта дается в корректной форме, ее выбор аргументируется.

# Семинар 7.

# Драматургия сериальных форм

Семинар посвящен повествовательным формам популярных сериалов.

Групповых презентации – 3

Индивидуальные презентации – 5

**Теоретическая часть**

до семинарского занятия группы (до 2 человек) выбирают один из предложенных текстов, самостоятельно анализируют его (по предложенным вопросам) и готовят презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов.

**Литература для групп (рекомендуется всем), доступна в библиотеке курса**

Презентация 1. Allrath G. et al., Introduction: Towards a Narratology of TV Series (часть введения с The narrativity of TV and a narratology of TV series до Categories of discourse (I): narrating agencies) // Narrative strategies in television series / edited by Gaby Allrath and Marion Gymnic. 2005. – P. 1-13

Презентация 2. Allrath G. et al., Introduction: Towards a Narratology of TV Series (часть введения с Categories of discourse (I): narrating agencies до Categories of story (III): time and place) // Narrative strategies in television series / edited by Gaby Allrath and Marion Gymnic. 2005. – P. 13-32

Презентация 3. Situation comedy // The Television Genre Book / Edited by Glen Creeber. 2013. – P. 96-103.

**Опорные вопросы для подготовки презентации**

- в каком исследовательском поле работает автор(ы), основные тексты/работы, с какими источниками и методологиями работает;

- представьте структуру прочитанного текста (какая проблема ставится, какие подходы предлагаются, как их оценивает автор, какова последовательность описания/решения поставленной проблемы);

- какой методологии придерживается автор / на какие методологические установки опирается;

- какую аргументацию использует, как иллюстрирует;

- к каким заключениям / выводам приходит;

- какие определения адаптации вы нашли в текстах;

*-* в чем специфика сериальной формы, о которой пишет автор(ы);

*-* какие факторы необходимо учитывать при анализе сериала (этого типа)? какие особенности конструирования нарратива сериала, сезона, серии, пилота?

- для иллюстрации ключевых тезисов должны быть приведены примеры (не менее 3-х)

**Практическая часть**

**Произведения для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Презентация 1. Друзья (Friends, 1994-2004) или Теория большого взрыва (The Big Bang Theory, 2007-2019) – (!) необходимо посмотреть не менее 3 серий 1 сезона)

Презентация 2.

Презентация 3.

Презентация 4.

Презентация 5.

**Литература для индивидуальной аналитической презентации и для дискуссанта**

Allrath G. et al., Introduction: Towards a Narratology of TV Series // Narrative strategies in television series / edited by Gaby Allrath and Marion Gymnic. 2005. – P. 1-32.

**Индивидуальные презентации:** до семинарского занятия необходимо выбрать один из предложенных проектов, сформулировать исследовательский вопрос в рамках темы семинара (используя предлагаемую литературу), проанализировать проект, следуя за исследовательским вопросом и опираясь на предложенные вопросы/схемы, и подготовить презентацию проведенной работы – устная презентация до 10 минут с визуальным сопровождением до 10 слайдов. При подготовке работы используйте предлагаемую литературу.

**Опорные вопросы для подготовки индивидуальной презентации**

- кратко представьте проект;

-в чем специфика представленного проекта, его структуры и нарратива;

- к какому типу/формату/виду телевизионного медиапродукта относится проект, в чем его особенности;

- есть ли особенности персонажей (построения сюжетных арок);

- как организован эпизод, сезон, сериал;

- для подготовки презентации необходимо найти не менее 3 источников научной литературы (они должны быть представлены на слайде)

**Работа дискуссанта**

дискуссанту необходимо устно прокомментировать представленный анализ произведения в контексте темы семинарского занятия (см. критерии к заданию). На речь дискуссанта отводится до 3 минут, при этом необходимо:

* дать оценку проекта
* аргументировать свою оценку, выделив удачные и неудавшиеся стороны проекта (либо обосновать их отсутствие)
* продемонстрировать собственную интерпретацию анализируемого вопроса и результатов анализа
* показать знание тех теорий и концепций, на которые опирались авторы.

Оценка проекта дается в корректной форме, ее выбор аргументируется.

**Медиабрендинг**

**Консультации**

|  |  |
| --- | --- |
| май | ***Медиабрендинг***  Преподаватель – Мороз Оксана Владимировна  ссылка: |

**Элементы контроля**

|  |  |
| --- | --- |
| **22 мая**  17.30-19.00  19.10-20.40 | ***Медиабрендинг***  Преподаватель – Мороз Оксана Владимировна  ссылка: |

**Экзамен**

|  |  |
| --- | --- |
| **июнь** | ***Медиабрендинг***  Преподаватель – Мороз Оксана Владимировна  ссылка: |

**Преподаватели курса**

ТюмГУ (лекции, семинары, текущие формы контроля, экзамен) – Мороз Оксана Владимировна (контакты: [oxanamol@gmail.com](mailto:oxanamol@gmail.com))

НИУ ВШЭ (лекции, семинары, текущие формы контроля) – Магера Татьяна Сергеевна (контакты: [tmagera@hse.ru](mailto:tmagera@hse.ru))

**Аннотация**

Курс настроен на такое понимание брендинга, которое позволит различать практики, технологии конструирования бренда и маркетинговые инструменты, сформирует представление о способах настройки идентичности бренда и консистентности его сообщений в медиасреде, сложностях актуализации ценностей бренда в контексте повестки. Одним из важнейших фокусов внимания станут именно медиабренды – игроки коммуникационных рынков, влияющие на медиабрендинг как практику, используемую фактически любыми субъектами рыночных отношений.

*Дисциплина включает 16 лекционных часов (онлайн, 4 встречи по 2 пары/4 часа) и 32 семинарских часа (онлайн, 8 встреч по 2 пары/4 часа).*

**Цели курса**

1. Знакомство с понятием «медиабрендинг», медиамаркетинг, ограничениями его утилитарного применения.
2. Понимание ключевых практик медиабрендинга, особенно ориентированных на формирование социального импакта.
3. Изучение принципов сторителлинга, производства контентных продуктов, сборки идентичности медиабренда.
4. Анализ роли креативных практик в брендинге.

**Планируемые результаты**

* студент познакомится с ключевыми исследованиями (в т.ч. индустриальными) и определяет смыслы понятия «медиабрендинг», а также удачное применение практик конструирования и продвижения бренда в медиасреде.
* студент анализирует практики производства контента, а также более масштабных цифровых продуктов для целей продвижения бренда.
* студент изучает систему ценностей современных медиабрендов, осознает связь между конструированием ценностей в соответствии с миссией бренда, повесткой и ожиданиями потребителей.
* студент понимает, как формировать связи с аудиторией и практиковать community-building в целях укрепления бренда.

**Занятия пройдут по следующему расписанию** (синхронно, онлайн, время – Тюмень)

|  |  |
| --- | --- |
| Магера Татьяна Сергеевна | **20 февраля – лекция**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения: <https://us06web.zoom.us/j/89133786050?pwd=9dF4Lg2ZhWZSX0Qh64bNWzT3aku3Fv.1>  **27 февраля - семинар**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения: <https://us06web.zoom.us/j/89133786050?pwd=9dF4Lg2ZhWZSX0Qh64bNWzT3aku3Fv.1> |
| Мороз Оксана Владимировна | **6 марта – лекция**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **13 марта – лекция**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **20 марта – лекция**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **27 марта – семинар / семинар**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **3 апреля – семинар / лекция**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **10 апреля – семинар**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **17 апреля – семинар**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **24 апреля – семинар**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **15 мая – семинар**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287>  **22 мая – семинар – итоговый элемент контроля**  17.30-19.00  19.10-20.40  ссылка для подключения:  <https://us02web.zoom.us/j/88006852287> |

**Формула итоговой оценки**

**0,2\*семинар 1 + аудио-эссе (подкаст)\*0,2 + Process Journal (проект)\*0,3 + презентация (питч)\*0,3**

где

**работа на семинаре №1** – выполнение заданий семинара 1. Задание семинара отправляется после лекции 1, на подготовку отводится неделя. Задание оценивается по 100-ой шкале ТюмГУ.

*Задание не пересдается.*

**аудио-эссе (подкаст) –** задание выполняется в группе к 05.04. Задание оценивается по 100-ой шкале ТюмГУ.

*Пересдача только по уважительной причине.*

**Критерии оценивания**

* Основная цель аудио-эссе (подкаста) — рассуждение о конкретном «провале бренда», ошибках продвижения бренда;
* Коллективное выполнение задания. Коллектив соавторов не должен превышать 3 человек;
* Хронометраж — не более 10 мин. Нарушения тайминга (более 12 и менее 8 минут) приводят к снижению оценки за этот элемент контроля, оценка снижается на 30%;
* На оценку влияет: центрированность на кейсе, способность продемонстрировать его репрезентативность для обсуждения проблем брендинга, практик позиционирования бренда, наличие привлекаемых источников дополнительных данных, ссылок на индустриальные и иные исследования.
* В аудио-эссе необходимо найти ответы на следующие исследовательские вопросы: каков контекст существования кейса (время, место, тематика, заказчики/исполнители/участники, общественно-политическая обстановка)? чем определяется его репрезентативность и актуальность для обсуждаемой темы? существуют ли дебаты вокруг кейса (в духе «это не этично, но продает» и т.д.)? Список вопросов может расширяться и во многом формулируется авторами аудио-эссе (подкаста).
* Аудио-эссе (подкаст) предоставляется в виде аудиодорожки (непосредственно либо ссылкой на облако) в пределах оговоренного дедлайна на почту преподавательнице О.В. Мороз (oxanamol@gmail.com);
* Аудио-эссе не требует сопровождения в виде списка использованных источников и литературы (хотя, как указано выше, методологическая и аналитическая работа со ссылками на существующие исследования проводиться должна).

**Process journal –** задание выполняется индивидуально к 25.04. Задание оценивается по 100-ой шкале ТюмГУ.

*Пересдача только по уважительной причине.*

**Критерии оценивания**

* Process Journal – это заметки, в которых фиксируется процесс работы над исследовательским/индустриальным (в данном случае, медийным) проектом, а также рефлексию использованных методов проектирования и сборки материала. Пример Process Journal (на другие темы): [тут](https://schurzhs.org/IB/pdf/ProcessJournal.pdf);
* Process Journal готовится в электронном виде индивидуально и представляет собой предложение медиабренда для любой российской / международной компании (выбор компании осуществляется студентом). Не стоит создавать «двойников» существующих бренд-медиа.
* В любом Process Journal должны использоваться и визуальные элементы: mind maps, картинки, инфографика, цитаты, списки, таймлайны. Они должны обрамляться авторским текстом, отвечающим последовательно на вопросы, которые ставит перед собой создатель проекта при работе над ним;
* Максимальный объем работы (с учетом визуального материала) 1500 слов. Нарушение нормы объема (больше 1800 слов или меньше 1200 слов) приводят к снижению оценки за этот элемент контроля снижается на 30%;
* Process journal не требует списка литературы. Однако дополнительным поводом к увеличению оценки будет наличие отсылок к научным работам и/или концептам, кейсам, другим источникам данных, обсуждаемым в пределах предмета;
* Для сборки файла Process Journal можно использовать любую доступную платформу.
* Файл отправляется на почту преподавательнице О.В. Мороз в соответствии с заранее обозначенным дедлайном.
* Специально оцениваются следующие характеристики работы: сформулированность индустриальной / творческой / менеджериальной проблемы в названии журнала (совпадающего с названием медиабренда), ясная структура журнала и последовательность изложения оригинальной позиции (важно подчеркнуть наличие референсов и продемонстрировать понимание поля конкурентов), точность в использовании фактического материала и терминологии.

**презентация (питч) –** задание выполняется индивидуально на занятии 22.05. Задание оценивается по 100-ой шкале ТюмГУ.

*Пересдача только по уважительной причине.*

**Критерии оценивания**

* Питч – это короткое (3 минуты) индивидуальное представление выбранного проекта (конкретного медиабренда). При увеличенном или более сжатом тайминге (более 4 минут или менее 2 минут) оценка за этот элемент контроля снижается на 30%.
* В случае, если студент по объективным обстоятельствам не успевает представить питч на занятии, ему / ей предоставляется возможность удаленной сдачи работы, которая обсуждается отдельно с преподавателем.
* Питч выполняется на финальных семинарах.
* Основным требованием к питчу является лаконичность в подаче главных особенностей медиабренда. По сути питч — опыт проблематизации специфики медиабренда, предполагающий знакомство с тематикой курса и использующий соответствующие концепции и подходы к анализу бренда.
* Успешное выполнение задания включает воспроизводство похожей структуры питча:

— «Для [целевой аудитории],

— Которая не удовлетворена [представленностью определенных ценностей в публичном пространстве]

— Конкретный бренд оказывается [идеей/продуктом новой категории].

— Он обеспечивает [репрезентацию определенных ценностей, доступ к продуктам/благу определенного качества],

— Отличается от [конкурирующего проекта].

— Медиабренд является [описываете ключевые характеристики бренда и его сильные стороны — в контексте содержания курса].

* Питч должен сопровождаться демонстрацией визуальных материалов (не более 6 слайдов).
* Положительно на оценку влияет наличие корректных, содержательных и коротких ответов на вопросы аудитории.

**Итоговая оценка** выставляется по 100-бальной системе ТюмГУ. Округление арифметическое.

**Система перевода оценок**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **10-балльная система**  **НИУ ВШЭ** | **100-балльная система**  **ТюмГУ** | **5-балльная система** |
| 10 | 98-100 | отлично |
| 9 | 95-97 | отлично |
| 8 | 91-94 | отлично |
| 7 | 84-90 | хорошо |
| 6 | 76-83 | хорошо |
| 5 | 69-75 | удовлетворительно |
| 4 | 61-68 | удовлетворительно |
| 3 | 41-60 | неудовлетворительно |
| 2 | 21-40 | неудовлетворительно |
| 1 | 1-20 | неудовлетворительно |
| 0 | 0 | неудовлетворительно |

**Правила пересдачи**

**Для семинара 1**

Пересдача не предусмотрена.

**Для других элементов контроля**

В случае отсутствия по уважительной причине (и по предоставлению соответствующих документов в единый деканат и преподавателю своевременно)[[1]](#footnote-1) студент допускается до пересдачи элемента контроля.

Пересдача назначается до даты загрузки итогового проекта.

В случае отсутствия уважительной причины пересдача элемента контроля невозможна, и оценка за этот вид работы не учитывается при выставлении итоговой оценки.

О невозможности выполнить асинхронный элемент контроля по уважительной причине студент должен предупредить преподавателя не позднее наступления окончательного срока сдачи задания, иначе пересдача не предусматривается.

**Темы занятий**

**Лекция 1. Брендинг и маркетинг**

Определение бренда и брендинга. Бренд как симулякр. Бренд как набор ценностей. Брендинг как дизайн ценностей. Различия между брендингом и маркетинговыми технологиями. Бренд-медиа как способ коммуницирования ценностей. Дизруптивный дизайн как метод решения креативных задач в медиабрендинге.

**Семинар 1. Брендинг и маркетинг**

Задание семинара выполняется на оценку (вес – 0,2 от итоговой). Задание направляется в день лекции 1.

**Лекция 2. Идентичность бренда**

Элементы идентичности бренда. Brand Derby Matrix и Credibility‐Alteration‐Relationship‐Expansion (CARE‐ing) стратегия. Специфика SME branding. Визуальная и вербальная коммуникация бренда с аудиторией: консистентность сообщений и историй. Актуальные индустриальные исследования: запросы к сторителлингу. IMPACT в брендинге и производстве контента.

**Лекция 3. Бренд и аудитория**

Социальная ответственность брендов: формирование повестки или мимикрия? Критика «этического камуфляжа». Основы теории и практики просьюмеризма. Produsage как эффект дигитализации. Партиципаторные механики и брендинг. Формирование tone of voice.

**Лекция 4. Медиа и бренды**

Бренд-журналистика. Бренд персонажи и цифровые инфлюэнсеры. Персональный брендинг в цифровой среде как пространство конструирования идентичности. Own-share-paid медиа.

**Семинар 2. Brand Test**

К семинару необходимо просмотреть ролики, направленные преподавателем.

К семинару студенты делятся на группы.

С самого начала на семинаре в режиме свободного микрофона представители групп демонстрируют выбранные ими бренды и отвечают на следующие вопросы:

как выражается визуальная уникальность и консистентность бренда?

в чем выражается индивидуальность (personality) бренда?

Беседа продолжается на протяжении всего семинара.

**Семинар 3. Great Identity Design**

К семинару необходимо просмотреть ролики, направленные преподавателем.

обратите внимание, из ответов на какие вопросы, по мнению спикера, складывается история (story) бренда

К семинару студенты делятся на группы.

С самого начала на семинаре в режиме свободного микрофона представители групп демонстрируют выбранные ими бренды и отвечают на следующие вопросы:

что за историю бренд рассказывает?

какие ценности стоят за этой историей? какие ценности будет разделять пользователь/покупатель, если выберет этот бренд? в чем core belief бренда?

как эта ценность выражена в истории?

почему история, основанная на этой ценности, уникальна?

Беседа продолжается на протяжении всего семинара.

**Семинар 4. Tone of voice и ценности**

К семинару необходимо просмотреть ролики, направленные преподавателем.

На самом семинаре преподаватель предлагает к анализу несколько брендов:

Harley-Davidson

Ad Marginem

Readymag

Tiffany

Смешарики

Avito

Студенты могут предложить и свои, разумеется.

В течение 30 минут студенты коллективно анализируют tone of voice одного выбранного бренда. Для простоты работы используется инструмент jamboard.

По истечении 30 минут все студенты включаются в общее обсуждение. Беря за основу заполненные доски, в режиме открытого микрофона обсуждаются ответы на вопросы:

— Что бренды хотят сообщить своему комьюнити?

— Как бренд хочет, чтобы его воспринимали (brand makes people feel like)?

— Do/don`t сообщений бренда?

**Семинар 5. Что может помочь созданию бренда: основы человекоцентричного дизайна в брендинге**

На первой паре преподавательница устно дает дефиниции, с помощью которых практики определяют предмет медиабрендинга: процесс продвижения бренда посредством средств массовой информации и иных коммуникативных инструментов ИЛИ бренд массмедиа ИЛИ бренд-медиа (или корпоративные СМИ? а что тогда понимать под «корпорацией»?).

В продолжении этого рассуждения студенты самостоятельно прослушивают выпуск подкаста «бренды & медиа» — [«Что такое бренд-медиа и как они работают?»](https://brandmediahse.mave.digital/ep-1). На эту работу отводится 22 минут.

В продолжении этого разговора студентам предлагается устно воспроизвести то определение бренд-медиа, которое учащиеся полагают максимально валидным в контексте курса.

В оставшееся время первой пары студентам предлагается разбиться на пары. В течение получаса парам необходимо выбрать по 1 бренд-медиа и отметить те недостатки (любые — в ДНК бренда, сторителлинге, контенте, tone of voice), которые студенты смогут обнаружить.

По истечении 30 минут пары коротко, буквально в течение 2-3 минут рассказывают, какое бренд-медиа было ими выбрано, и что за недостатки они обнаружили. На этом первая семинарская пара завершается.

Вторая семинарская пара выглядит следующим образом:

— в ходе занятия студенты готовятся к разрешению обнаруженных ими в конкретных бренд-медиа недостатков с помощью инструментов, предлагаемых специалистами в области дизайн-мышления;

— студенты читают фрагменты [Field Guide to Human-Centered Design](https://drive.google.com/file/d/1BgvepvXFRJtwW5sJo8itWROApLEcPPV5/view?usp=sharing) (разработка компании IDEO, ее коротко представляет преподавательница). Прочесть необходимо введение (по возможности) + фрагменты раздела Methods (Inspiration, Frame your design challenge) + необходимо познакомиться с гайдом на стр. 165.

— к следующему СЕМИНАРУ студенты отвечают на вопросы гайда, предлагая, таким образом, решения для обозначенных на предыдущей семинарской паре проблем выбранных медиа-брендов. Ответы упаковываются в презентацию, которую студенты демонстрируют на СЛЕДУЮЩЕМ СЕМИНАРЕ (семинар 6-7).

**Семинар 6. Практики применения человекоцентричного дизайна в аналитике медиа-брендов**

На первой паре студенты возвращаются к проблематике финальных лекций прошлого модуля. На протяжении всей пары студенты представляют презентации, финализирующие результаты их аналитики бренд-медиа, которая была проведена с использованием [Field Guide to Human-Centered Design](https://drive.google.com/file/d/1BgvepvXFRJtwW5sJo8itWROApLEcPPV5/view?usp=sharing).

Вторая пара отсылает к обсуждениям на первых лекциях второго модуля, проведенных приглашенным экспертом. Студентам предлагается проделать работу по анализу медиа-брендов как способов приобретения социального капитала. Участники: — случайным образом делятся пары и работают в течение 30 минут этими составами;

— за эти 30 минут каждая пара по очереди друг другу рассказывает про выбранные бренд-медиа (1 студент=1 бренд-медиа), отвечая на вопросы:

* коротко представляем бренд-медиа;
* как узнали о нем/познакомились с брендом?
* трансформировались ли со временем практики взаимодействия с бренд-медиа?
* своими словами через комплекс прилагательных описываем, каким этот бренд воспринимается непосредственно студентом, рассказывающем о нем?
* рефлексируем, почему бренд «нравится», почему конкретно хочется рассказывать про бренд?

— выслушав по очереди друг друга, дуэты возвращаются последовательно представляют впечатления друг друга. Тот, чей бренд представляется другим участником дуэта, потом подытоживает, насколько пересказанное впечатление соответствует внутренним переживанием о бренд-медиа. Второй участник делает то же самое, но про «свое» бренд-медиа.

— Это задание позволяет проверить, насколько мы способны передать и воспринять субъективное переживание бренд-медиа. По мере выступлений дуэтов преподавательница оставляет свои подытоживающие комментарии.

**Семинар 7. Стратегический дизайн и медиабрендинг**

Семинары посвящены анализу потенциалов использования стратегического дизайна в рамках построения бренд-медиа.

В рамках первого семинара студентам предлагаются следующие активности:

— прочесть статью [«What is Strategic Design? An in-depth guide to the emerging role of design in big problem spaces»](https://www.thefountaininstitute.com/blog/what-is-strategic-design). На эту работу отводится 60 минут. В ходе чтения необходимо выделить ключевые тезисы автора и обратить особенное внимание на раздел «5 Principles for Strategic Design»;

— по окончанию чтения в оставшееся от первой пары время в режиме свободного микрофона студенты обсуждают ключевые тезисы текста, инсайты, которые показались важными в контексте курса;

На второй паре студенты делятся на команды по 2-3 человека и далее работают в течение 30 минут следующим образом:   
— выбирают один существующий медийный бренд (не бренд-медиа),

— анализируют, какие стратегические проблемы (1-2, не более) медийный бренд в текущем виде (форматы, содержание) могут решать,

— предлагают свои инсайты, которые могут нарастить потенциалы решения этих стратегических проблем выбранным брендом (без радикальной перестройки орг.структуры, информационного стиля / редакционной политики).

По истечению 30 минуты команды делятся своими наблюдениями.

**Семинар 8. Питчинг итоговых проектов.**

* Питч – это короткое (3 минуты) индивидуальное представление выбранного проекта (конкретного медиабренда). При увеличенном или более сжатом тайминге (более 4 минут или менее 2 минут) оценка за этот элемент контроля снижается на 30%.
* В случае, если студент по объективным обстоятельствам не успевает представить питч на занятии, ему / ей предоставляется возможность удаленной сдачи работы, которая обсуждается отдельно с преподавателем.
* Питч выполняется на финальных семинарах.
* Основным требованием к питчу является лаконичность в подаче главных особенностей медиабренда. По сути питч — опыт проблематизации специфики медиабренда, предполагающий знакомство с тематикой курса и использующий соответствующие концепции и подходы к анализу бренда.
* Успешное выполнение задания включает воспроизводство похожей структуры питча:

— «Для [целевой аудитории],

— Которая не удовлетворена [представленностью определенных ценностей в публичном пространстве]

— Конкретный бренд оказывается [идеей/продуктом новой категории].

— Он обеспечивает [репрезентацию определенных ценностей, доступ к продуктам/благу определенного качества],

— Отличается от [конкурирующего проекта].

— Медиабренд является [описываете ключевые характеристики бренда и его сильные стороны — в контексте содержания курса].

* Питч должен сопровождаться демонстрацией визуальных материалов (не более 6 слайдов).
* Положительно на оценку влияет наличие корректных, содержательных и коротких ответов на вопросы аудитории.

**Экзамен**

*На экзамен выходят только те студенты, которые по результатам текущей успеваемости получили оценку “неудовлетворительно”, и / или студенты, которые оценкой, полученной по результатам текущей успеваемости не удовлетворены. В качестве итоговой оценки в таком случае выставляется оценка, полученная по результатам сдачи экзамена – без учета текущей успеваемости.*

Экзаменационное задание состоит из двух частей:

- презентация Process journal – вес 0,5

- коллоквиума – устный ответ на 2 вопроса по курсу – вес 0,5

**Process journal**

**Критерии оценивания**

* Process Journal – это заметки, в которых фиксируется процесс работы над исследовательским/индустриальным (в данном случае, медийным) проектом, а также рефлексию использованных методов проектирования и сборки материала. Пример Process Journal (на другие темы): [тут](https://schurzhs.org/IB/pdf/ProcessJournal.pdf);
* Process Journal готовится в электронном виде индивидуально и представляет собой предложение бренд-медиа для любой российской / международной компании (выбор компании осуществляется студентом). Не стоит создавать «двойников» существующих бренд-медиа.
* В любом Process Journal должны использоваться и визуальные элементы: mind maps, картинки, инфографика, цитаты, списки, таймлайны. Они должны обрамляться авторским текстом, отвечающим последовательно на вопросы, которые ставит перед собой создатель проекта при работе над ним;
* Максимальный объем работы (с учетом визуального материала) 1500 слов. Нарушение нормы объема (больше 1800 слов или меньше 1200 слов) приводят к снижению оценки за этот элемент контроля снижается на 30%;
* Process journal не требует списка литературы. Однако дополнительным поводом к увеличению оценки будет наличие отсылок к научным работам и/или концептам, кейсам, другим источникам данных, обсуждаемым в пределах предмета;
* Для сборки файла Process Journal можно использовать любую доступную платформу.
* Файл отправляется на почту преподавательнице О.В. Мороз в соответствии с заранее обозначенным дедлайном.
* Специально оцениваются следующие характеристики работы: сформулированность индустриальной / творческой / менеджериальной проблемы в названии журнала (совпадающего с названием бренд-медиа), ясная структура журнала и последовательность изложения оригинальной позиции (важно подчеркнуть наличие референсов и продемонстрировать понимание поля конкурентов), точность в использовании фактического материала и терминологии.

**Список вопросов коллоквиума**

Определение бренда и брендинга.

Бренд как симулякр.

Бренд как набор ценностей.

Брендинг как дизайн ценностей.

Различия между брендингом и маркетинговыми технологиями.

Бренд-медиа как способ коммуницирования ценностей.

Дизруптивный дизайн как метод решения креативных задач в медиабрендинге.

Элементы идентичности бренда.

Brand Derby Matrix и Credibility‐Alteration‐Relationship‐Expansion (CARE‐ing) стратегия. Специфика SME branding.

Визуальная и вербальная коммуникация бренда с аудиторией: консистентность сообщений и историй.

Актуальные индустриальные исследования: запросы к сторителлингу.

IMPACT в брендинге и производстве контента.

Социальная ответственность брендов.

Критика «этического камуфляжа».

Основы теории и практики просьюмеризма.

Produsage как эффект дигитализации.

Партиципаторные механики и брендинг.

Формирование tone of voice.

Бренд-журналистика.

Бренд персонажи и цифровые инфлюэнсеры.

Персональный брендинг в цифровой среде как пространство конструирования идентичности.

Own-share-paid медиа.

# МЕДИАИССЛЕДОВАНИЯ

**Консультация**

|  |  |
| --- | --- |
| **12 мая (12.00)** | Консультация по загрузке и защите КР  преподаватель – Верещагина Наталья Викторовна |

**Элементы контроля**

|  |  |
| --- | --- |
| **загрузка и защита КР**  **22 мая** – загрузка  **9 июня** – защита | Выполнение финального элемента контроля проходит в 2 этапа  1) загрузка финального текста КР **– до 22 мая (до 17.00).** В SmartLMS загружаются:  - финальный текст КР, документ в формате doc или docx  - название работы на русс. языке  - название работы на англ. языке  - аннотация на русском языке (до 150 слов)  - аннотация на английском языке  2) защита КР (комиссия) **– 9 июня (12.00).** Защита проходит устно синхронно, онлайн.  преподаватели  Ним Евгения Генриевна  Душакова Ирина Сергеевна |

**Экзамен**

|  |  |
| --- | --- |
| **июнь** | **Экзамен проходит устно синхронно онлайн.**  *На экзамен выходят только те студенты, которые по результатам текущей успеваемости получили оценку “неудовлетворительно”, и / или студенты, которые оценкой, полученной по результатам текущей успеваемости не удовлетворены. В качестве итоговой оценки в таком случае выставляется оценка, полученная по результатам сдачи экзамена – без учета текущей успеваемости.*  преподаватели  Ним Евгения Генриевна  Душакова Ирина Сергеевна |

**Преподаватели курса**

Ним Евгения Генриевна, доцент НИУ ВШЭ, enim@hse.ru (лекции, семинары, элементы текущего контроля, экзамен)

Ирина Сергеевна Душакова, доцент НИУ ВШЭ, idushakova@hse.ru (лекции, семинары, элементы текущего контроля, экзамен)

**Аннотация**

Исследовательский семинар направлен на формирование у студентов основательных знаний и практических навыков в области медиаисследований. Семинар охватывает особенности социально-гуманитарного знания с акцентом на медийную тематику, включая вопросы дизайна исследования, методологию, а также оформление и презентацию результатов (в форме подготовки и защиты КР).

В рамках семинара студенты работают над собственными исследовательскими проектами – курсовыми работами – в течение двух семестров.

**Цель освоения дисциплины**

* Сформировать у студентов базовые навыки научно-исследовательской работы, включая разработку методологии исследования.
* Научить студентов использовать различные методы сбора, обработки и интерпретации данных, в частности, в процессе написания курсовых работ по медийной тематике.
* Развить навыки научной дискуссии и презентации результатов исследования посредством обсуждения студенческих проектов (курсовых работ) в ходе их реализации.

**Планируемые результаты обучения**

* Ставит исследовательские вопросы
* Разрабатывает дизайн медиаисследования
* Адекватно выбирает методы, стратегии, подходы
* Работает с базами зарубежной научной периодики
* Самостоятельно делает обзор литературы
* Оформляет текст, ссылки и список литературы согласно российским / международным стандартам

**Занятия пройдут по следующему расписанию** (синхронно, онлайн)

|  |  |
| --- | --- |
| Белюга Татьяна Сергеевна | **Лекция 1. Количественные методы в медиаисследованиях**  **20 февраля (чт)**  12.00-13.30 (тюмень)  14.00-15.30 (тюмень)  ссылка: <https://telemost.yandex.ru/j/68694265618189>  **Семинар 1-2. Практикум по опросным методам – задание (вес 0,2)**  **1 марта (сб)**  10.15-11.45 (тюмень)  12.00-13.30 (тюмень)  14.00-15.30 (тюмень)  15.45-17.15 (тюмень)  ссылка: <https://telemost.yandex.ru/j/68694265618189> |
| Верещагина Наталья Викторовна | **Лекция 2. Нарративный анализ в медиаисследованиях**  **10 марта (пн)**  12.00–13.30 (тюмень)  14.00–15.30 (тюмень)  ссылка: <https://us06web.zoom.us/j/88345148534?pwd=VOIEIHi8OabbzAtB1TGF742p7XJbw8.1> |
| Топадзе Иван Викторович | **Лекция 3. Критический дискурс-анализ для качественных исследований**  **18 апреля (пт)**  12.00–13.30 (тюмень) третья пара  14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара |
| Ним Евгения Генриевна  Душакова Ирина Сергеевна | **Семинар 3. Анализ эмпирического поля (по КР) – здание (вес 0,1)**  **21 апреля (пн)**  12.00–13.30 (тюмень) третья пара  14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара |
| Защиты курсовых работ (комиссия) | **Семинар 4-5. Защита курсовых работ**  **9 июня**  12.00–13.30 (тюмень) третья пара  14.00–15.30 (тюмень) четвертая пара  15.40–17.20 (тюмень) третья пара  17.30–19.00 (тюмень) четвертая пара |
| **Этапы подготовки КР**  загрузка финального текста КР **– до 22 мая (до 17.00)**  выставление оценок научными руководителями КР **– до 5 июня (с отзывами)**  защита КР (комиссия) **– 9 июня (12.00)** | |

В раках семинара запланировано проведение консультаций с научными руководителями курсовых работ (ТюмГУ).

**Формула итоговой оценки за 2 семестр**

Оитоговая оценка 2 семестр=0,3\*Отекущие элементы контроля +0,7\*Ооценка за текст и защиту,

где

**Отекущие элементы контроля**– оценка за семинарские занятия 1-2 и 3:

1) **семинар 1 и 2** – (единое занятие) весит 0,2 от итоговой оценки за курс.

2) **семинар 3** – весит 0,1 от итоговой оценки за курс.

**Ооценка за текст и защиту**– оценка выставляется за текст и за защиту КР, вес от итоговой оценки 0,7. Студент, не загрузивший текст КР, не допускается до защиты, за элемент контроля выставляется оценка 0.

*Оценка выставляется по 100-ой шкале ДГТУ.*

*Полученная итоговая оценка выставляется за Медиаисследования (2 семестр) и за Курсовую работу.*

**Экзамен**

*На экзамен выходят только те студенты, которые по результатам текущей успеваемости получили оценку “неудовлетворительно”, и/или студенты, которые оценкой, полученной по результатам текущей успеваемости не удовлетворены. В качестве итоговой оценки в таком случае выставляется оценка, полученная по результатам сдачи экзамена, без учета текущей успеваемости.*

**Экзамен**

Экзаменационное задание состоит из двух частей:

- загрузка и защита курсовой работы (синхронно, устно, онлайн) – вес 0,7 от оценки

- коллоквиум – список вопросов формируется на основе материалов лекций и семинаров (1 и 2 семестра) – вес 0,3 от оценки

Студент, не загрузивший текст КР, не допускается до защиты, за элемент контроля выставляется оценка 0.

*Оценка выставляется по 100-ой шкале ДГТУ.*

**Правила пересдачи элементов контроля**

Пересдача элементов текущего контроля возможна только по уважительной причине. О невозможности выполнить элемент контроля по уважительной причине студент должен предупредить преподавателя по электронной почте не позднее наступления окончательного срока сдачи задания.

Уважительной причиной неявки студента на элемент контроля считается болезнь, подтвержденная медицинской справкой. Медицинская справка (справка о временной нетрудоспособности) или её отсканированная копия должна быть предъявлена либо направлена по электронной почте студентом преподавателю дисциплины, в день, в который, в соответствии со справкой, ему указано приступить к занятиям.

К уважительным причинам не относится отсутствие студента на элементе контроля, вызванное обстоятельствами, связанными с работой студента (служебные командировки, рабочее время и т.п.).

О невозможности выполнить асинхронный элемент контроля по состоянию здоровья студент должен предупредить преподавателя не позднее наступления окончательного срока сдачи задания (не позднее дня загрузки работы). В иных случаях и/или в случае нарушения сроков студент не допускается до пересдачи этого элемента контроля.

**Система перевода оценок**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **10-балльная система**  **НИУ ВШЭ** | **100-балльная система**  **ТюмГУ** | **5-балльная система** |
| 10 | 98-100 | отлично |
| 9 | 95-97 | отлично |
| 8 | 91-94 | отлично |
| 7 | 84-90 | хорошо |
| 6 | 76-83 | хорошо |
| 5 | 69-75 | удовлетворительно |
| 4 | 61-68 | удовлетворительно |
| 3 | 41-60 | неудовлетворительно |
| 2 | 21-40 | неудовлетворительно |
| 1 | 1-20 | неудовлетворительно |
| 0 | 0 | неудовлетворительно |

**Содержание курса**

**Лекция 1. Количественные методы в медиаисследованиях (Белюга Т.С.)**

Особенности количественных исследований. Количественные методы исследования медиаконтента. Количественные методы исследования аудиторий и сообществ. Количественные методы исследования медиаиндустрии. Опрос в медиаисследованиях: формирование выборки, операционализация и индикаторы, особенности онлайн-опросов.

**Семинар 1-2. Семинар по опросным методам – вес 0,2. (Белюга Т.С.)**

Командный вид работы (состав команды – от 4 до 6 человек). На семинаре каждой команде нужно будет выбрать тему – можно взять тему предыдущих групповых проектов или одну из тематик, предложенных преподавателем.

**Что требуется сделать:**

* сформулировать исследовательский вопрос по выбранной теме
* обосновать выборку, указать индикаторы для вопросов анкеты
* составить анкету опроса (от 10 вопросов).

В качестве результата нужно будет предоставить файл Word c описанными выше пунктами.

В рамках семинара можно будет презентовать работу и задать вопросы. Финальный результат (файл Word) можно будет дорабатывать в течение недели после семинара. Итоговый вариант нужно будет прислать на почту преподавателя ([tatyana.belyuga@gmail.com](mailto:tatyana.belyuga@gmail.com)) **не позднее 9 марта 23:59 (Тюмень).**

**Критерии оценивания:**

* Корректность формулировки исследовательского вопроса (10%)
* Корректность обоснования выборки (10%)
* Релевантность и качество индикаторов, разнообразие вопросов анкеты и их соответствие теме и исследовательскому вопросу (60%)
* Соответствие задания условиям, ясность изложения, корректность оформления (20%).

**Лекция 2. Нарративный анализ в медиаисследованиях (Верещагина Н.В.)**

Нарратив и медиаформаты: определение и типы. Подходы к анализу нарративов в медиа. Принципы нарративного анализа в социальных медиа.

**Лекция 3. Критический дискурс-анализ для качественных исследований (Топадзе И.В.)**

Введение в критический дискурс-анализ (КДА) как качественный метод исследования языка/дискурса в социально-политическом контексте. Предпосылки возникновения исследовательской программы КДА, основные концептуальные понятия. Интерпретации Рут Водак, Тёна ван Дайка и Нормана Фэркло.

**Семинар 3. Анализ эмпирического поля (по КР) (Ним Е.Г. и Душакова И.С.)**

До семинарского занятия необходимо подготовить презентацию по эмпирической части собственной курсовой работе по заданному плану.

**Семинар 4-5. Загрузка и защита курсовых работ (комиссия)**

Оценка выставляется за текст и за защиту КР, вес от итоговой оценки 0,7, где 0,35 оценка за текст работы и 0,35 оценка за защиту.

Студент, не загрузивший текст КР в установленные графиком сроки, не допускается до защиты, за элемент контроля выставляется оценка 0.

Курсовая работа загружается в SmartLMS в установленные сроки, загрузить необходимо:

- финальный текст КР, документ в формате doc или docx

- название работы на русс. языке

- название работы на англ. языке

- аннотация на русском языке (до 150 слов)

- аннотация на английском языке

Защита курсовых работ проходит устно перед комиссией, в онлайн формате (синхронно).

Текст работы должен быть оформлен по шаблону, предлагаемому ОП (см. методические рекомендации), и содержать:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение (актуальность, исследовательская проблема, степень изученности/ разработанности проблемы, объект и предмет исследования, цель и задачи, гипотеза и/ или исследовательский вопрос (в зависимости от проблемы и цели исследования), теоретическая база, эмпирическая база, методы исследования, научная новизна, теоретическая/ практическая значимость работы).
4. Основная (содержательная) часть, включающая в себя две главы и более. Главы должны быть разделены на два и более параграфов.
5. Заключение (обобщаются итоги проведенного исследования, намечаются перспективы использования полученного нового научного знания/прикладных результатов и формулируются направления дальнейших исследований/области применения и развития полученных результатов).
6. Список использованных источников и литературы.
7. Приложения (*при наличии*).

В случае выявления ***факта плагиата в ВКР*** работа аннулируется, студент не допускается до защиты. Факт плагиата устанавливается на основании заключения проверяющих (комиссии и/или научного руководителя).

Если во время выполнения задания студент использует ***алгоритмы автоматической генерации контента***, то студент обязан сопроводить задание специальным разделом «Описание применения генеративной модели» с описанием целей применения, названия конкретной генеративной модели, адреса ее сайта в интернете (либо описания иного источника модели), и способа ее применения. Применение должно быть согласовано с научным руководителем. В иных случаях работа аннулируется, студент не допускается до защиты. Факт недобросовестного использования алгоритмов автоматической генерации контента устанавливается на основании заключения проверяющих (комиссии и/или научного руководителя).

Защита курсовых работ начинается с доклада студента продолжительностью **до 10 минут**, доклад должен сопровождаться **визуальной презентацией**.

Доклад следует начинать с обоснования актуальности избранной темы, описания научной проблемы и формулировки цели и задач работы, а затем, в последовательности, установленной логикой проведенного исследования, по главам раскрывать основное содержание работы, обращая особое внимание на наиболее важные разделы и результаты, новизну работы, критические сопоставления и оценки. Заключительная часть доклада включает выводы по выполненным задачам.

Студент должен излагать основное содержание работы свободно, (!) не читая письменного текста. После превышение времени доклада презентация может быть прервана комиссией.

Затем члены комиссии задают студенту вопросы, связанные с содержанием и проблематикой работы **(до 5 минут)**.

***Критерии оценивания текста КР***

|  |  |
| --- | --- |
| **Оцениваемые параметры** | **Баллы** |
| **Общие характеристики работы** | |
| *Корректность формулировки проблемы, исследовательского вопроса и/или гипотезы исследования*  *Соответствие содержания работы заявленной теме*  *Раскрытие темы, полнота изложения материала*  *Информированность о состоянии исследовательской дискуссии по проблеме.*  *Логика работы, выводы и их соответствие задачам исследования* | **40 баллов** |
| **Методология и методы** | |
| *Соответствие методов тематике работы, исследовательскому вопросу и поставленным задачам* | **20 баллов** |
| **Теоретическая и эмпирическая база исследования** | |
| *Использование конкретных концепций, моделей в соответствии с решаемой задачей*  *Полнота эмпирической базы, её соответствие цели и гипотезе исследования. Принципы анализа* | **20 баллов** |
| **Академический стиль и оформление** | |
| *Соответствие академическим стандартам (академический стиль, терминология)*  *Оформление текста (соответствие академическим стандартам и методическим рекомендациям)* | **20 баллов** |

***Критерии оценивания защиты – устной презентации КР (с визуальным сопровождением)***

|  |  |
| --- | --- |
| **Оцениваемые параметры** | **Баллы** |
| **Общие характеристики работы** | |
| *Постановка проблемы, исследовательского вопроса и/или гипотеза исследования*  *Логика (структура) работы и ее соответствие задачам*  *Соответствие содержания работы заявленной теме*  *Выводы и их соответствие поставленной цели* | **40 баллов** |
| **Методология и методы** | |
| *Соответствие методов тематике работы, исследовательскому вопросу и поставленным задачам. Корректно называются и интерпретируются (методы и методология)* | **20 баллов** |
| **Теоретическая и эмпирическая база исследования** | |
| *Использование конкретных концепций, моделей в соответствии с решаемой задачей*  *Полнота эмпирической базы, её соответствие цели и гипотезе исследования. Принципы анализа* | **20 баллов** |
| **Тайминг и презентация. Ответы на вопросы** | |
| *Способность представить аргумент своего исследования за отведенное время – до 10 минут*  *Презентация и визуальные материалы: соответствие академическим стандартам*  *При отсутствии визуальной презентации оценка снижается на 10 баллов* | **20 баллов** |

**Экзамен**

*На экзамен выходят только те студенты, которые по результатам текущей успеваемости получили оценку “неудовлетворительно”, и/или студенты, которые оценкой, полученной по результатам текущей успеваемости не удовлетворены. В качестве итоговой оценки в таком случае выставляется оценка, полученная по результатам сдачи экзамена, без учета текущей успеваемости.*

Экзаменационное задание состоит из двух частей:

- загрузка и защита курсовой работы (синхронно, устно, онлайн) – вес 0,7 от оценки

- коллоквиум – список вопросов формируется на основе материалов лекций и семинаров (1 и 2 семестра) – вес 0,3 от оценки

Студент, не загрузивший текст КР, не допускается до защиты, за элемент контроля выставляется оценка 0.

*Оценка выставляется по 100-ой шкале ДГТУ.*

**Список вопросов для подготовки к коллоквиуму (часть экзаменационного задания):**

1. Понятие дизайна исследования. Виды исследовательских дизайнов

2. Элементы дизайна исследования (общая характеристика)

3. Критерии хорошего исследовательского вопроса

4. Зарубежные платформы с журналами по медиаисследованиям (общий обзор)

5. Обзор зарубежного журнала по медиаисследованиям (на выбор)

6. Обзор научной литературы: назначение и подходы к группировке источников

7. Методы исследований аудиторий и сообществ (общий обзор)

8. Методы исследований медиаиндустрии (общий обзор)

9. Основные характеристики качественных и количественных методов анализа медиаконтента, их сравнение.

10. Кодирование данных. Варианты кодирования.

11. Подготовка инструментария контент-анализа: что такое единица анализа, категории анализа, переменные, каким должен быть кодификатор.

12. Варианты шкал в контент-анализе (какие бывают и для каких целей подходит каждая из них).

13. Процедура контент-анализа (поэтапное описание).

14. Отличия узкого и широкого подхода в рамках фрейм-анализа. Принципы составления выборки в зависимости от подхода.

15. Четырехчастные модели фреймов и фреймирующих ходов по Р. Энтману.

16. Процедура фрейм-анализа (поэтапное описание).

**17.** Опрос в медиаисследованиях: формирование выборки, операционализация и индикаторы, особенности онлайн-опросов.

18. Подходы к анализу нарративов в медиа.

19. Структурные элементы нарратива.

20. Принципы нарративного анализа в социальных медиа.

21. КДА как метод.

22. Принципы КДА Рут Водак.

23. Принципы КДА Тёна ван Дайка.

24. Принципы КДА Нормана Фэркло.

1. *Уважительной причиной неявки студента на элемент контроля считаются болезнь, подтвержденная медицинской справкой, а также иные уважительные причины. Медицинская справка или отсканированная копия должна быть предъявлена либо направлена по электронной почте студентом в единый деканат и преподавателю дисциплины, в день, в который, в соответствии со справкой, ему указано приступить к занятиям.*

   *Иные уважительные причины подтверждаются документально академическому руководителю программы НИУ ВШЭ и академическому руководителю программы ТюмГУ не позднее 3 учебных дней после неявки. Решение о признании причины уважительной академические руководители программы. К уважительным причинам не относится отсутствие студента на элементе контроля, вызванное обстоятельствами, связанными с работой студента (служебные командировки, рабочее время и т.п.). О невозможности выполнить асинхронный элемент контроля по состоянию здоровья студент должен предупредить преподавателя не позднее наступления окончательного срока сдачи задания.* [↑](#footnote-ref-1)