Олимпиада для студентов и выпускников – 2017 г.

Демонстрационный вариант и методические рекомендации по направлению «Медиакоммуникации»

Профиль: «Трансмедийное производство в цифровых индустриях»

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ВАРИАНТ

Время выполнения задания – 180 мин.

Вам предлагается на выбор написание заявки на медиапроект или написание эссе по одной из тем, связанных с медиапроизводством. Выберите одно из предложенных заданий и выполните его, сопроводив аннотацией **на английском языке**. **Объем не менее 1 тысячи слов (из них не менее 200 слов аннотации на английском языке)**

I. НАПИСАНИЕ ЗАЯВКИ НА МЕДИАПРОЕКТ

Выберите одну из предложенных тем для медиапроектов и напишите заявку на получение финансирования по данному проекту. В Вашей заявке должны содержаться следующие характеристики будущего проекта:

- **описание концепции (принципиальные особенности проекта, его отличие от существующих аналогов);**
- **не менее трех вариантов трансмедийных расширений истории (если предполагается, что проект будет развиваться на нескольких платформах),**
- **специфика драматургии отдельных проектов и / или общие решения, позволяющие идентифицировать истории как единый проект («фирменные» драматургические ходы),**
- **потенциальная аудитория (ее специфика для разных платформ),**
- **особенности предлагаемых медиаплатформ,**
- **творчески-производственная модель (специфика команды сотрудников, режим съемок, регулярность обновлений и т.д.).**

Образцы тем для проектов

1. Трансмедийный проект, основой которого является одно из произведений У.Шекспира.
2. Социальный трансмедийный проект для подростковой аудитории о вреде наркотиков

II. НАПИСАНИЕ ЭССЕ

Выберите одну из предложенных тем и напишите эссе:

1. Использование трансмедийного сторителлинга для освещения Олимпиады в Сочи.
2. Роль продюсера в формировании проектной команды, работающей над трансмедийными проектами

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Предварительные критерии оценивания

При проверке эссе и проектов конкурсная комиссия будет руководствоваться следующими критериями:

- Знание материала в рамках учебных программ подготовки бакалавров (студент разбирается в специфике различных медиаплатформ, жанрах, форматах, понимает закономерности развития медиа в разных странах и т.д.)
- Креативный (творческий) подход к написанию заявки, использование оригинальных задумок, приемов и решений
- Понимание связи бизнес-моделей и креативных технологий хотя бы в одной из выбранных для проекта медиаотраслях.
- Уровень научной культуры при написании работы, аккуратность цитирования, ссылок и т.д.
- Качество аннотации на английском языке (уровень владения грамматикой, знание профессиональной лексики, соответствие аннотации содержанию работы)
- Глубокий интерес к медиарынку и средствам массовой информации и понимание основных процессов, происходящих в этом пространстве.
- Научный аппарат и проявленный абитуриентом научный интерес к тем или иным аспектам функционирования медиа.
- Умение абитуриента формулировать свои идеи, выделять главное, презентовать привлекательные стороны заявляемых проектов, иллюстрировать их запоминающимися деталями и примерами

Перечень и содержание тем олимпиадных заданий

Тематика эссе соответствует специфике компетенций, необходимых для поступления в магистратуру факультета Коммуникаций, медиа и дизайна и проверяемых в рамках конкурса портфолио. В тексте вашей заявки обязательно должна быть описаны следующие характеристики будущей программы (канала):

1. Потенциальная аудитория (ее специфика)

2. Особенности медиаплатформ

3. Описание концепции:

а) принципиальные особенности проекта, его отличие от существующих аналогов,

б) специфика драматургии отдельных программы и / или трансмедийного проекта в целом («фирменные» драматургические ходы)

в) регулярность выхода программы и хронометраж, регулярность обновлений проекта

4. Творчески-производственная модель

а) специфика команды сотрудников

б) режим съемок или иных форма подготовки проекта

Список рекомендуемой литературы

- Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.
- Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. М.: Аспект Пресс, 2010.

- Отраслевые доклады по развитию медиаиндустрии, публикуемые Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям. Режим доступа: http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016.html
- Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2013.
- Падейский В.В. Проектирование телепрограмм. М.: ЮНИТИ, 2004.
- Как это делается: продюсирование в креативных индустриях. Статьи, лекции, интервью, мастер-классы. М. Издательские решения. 2016 Электронная книга: https://www.litres.ru/a-kachkaeva/kak-eto-delaetsya-produsirovanie-v-kreativnyh-industriyah/ (В частности, глава 2. Как сделать историю трансмедийной и как отличать мультимедийное продюсирование от трансмедийного.)
- Цифровое книгоиздание: Как создать и продвигать электронную книгу. Учебное пособие. М., Издательские решения. 2016. Электронная книга: https://www.litres.ru/multimediynaya-zhurnalistika-magisterskaya-programma/cifrovoe-knigoizdanie/
- Гамбарато Ренира Дизайн трансмедиапроектов: теоретические и аналитические аспекты. Режим доступа: http://cultlook.org/rrg_transmedia_storytelling
- Jenkins, H. 2003. Transmedia Storytelling. Режим доступа: https://www.technologyreview.com/%20biotech/13052/
- Jenkins, H. 2010. Hollywood Goes “Transmedia” Режим доступа: http://henryjenkins.org/2010/04/%20hollywood_goes_%20transmedia.html