

Ирина Геннадьевна Катенева

*Новосибирский государственный педагогический университет
630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28*

✉ irina-kateneva@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1258-1-155-161

**РОЛЬ ГЕЙМИФИКАЦИИ В СОЗДАНИИ
МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ
О ЛИТЕРАТУРЕ СОВРЕМЕННЫМИ РЕДАКЦИЯМИ
(НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТОВ
«ТАСС» И «АРЗАМАС АКАДЕМИЯ»)**

Современная медиасфера продолжает активно трансформироваться: основным трендом, обуславливающими редакционные эксперименты с форматами, является конкуренция за внимание и доверие целевой аудитории. Часть массмедиа в качестве решения выбирает создание просветительского контента, адаптированного под особенности восприятия современным пользователем. Наиболее эффективными способами для реализации этой задачи остаются визуализация и геймификация [Иванько, Козлова, 2016].

Модель создания новостных игр, интерактивных опросов и тестов сегодня адаптирована не только развлекательными, но и общественно-политическими СМИ [Карпенко, Лобановская, 2019]. Следующим сегментом, который активно осваивается редакциями, становятся медиаобразовательные проекты в сфере гуманитарного знания.

Рассмотрим роль геймификации в создании медиаобразовательных проектов о литературе, подготовленных отделом спецпроектов «ТАСС» и редакцией «Арзамас Академии» в течение последних

пяти лет. В качестве объекта исследования выбраны специализированные медиа/отделы редакций, так как реализуемые в их работе принципы (кооперация, изучение научных источников, взаимодействие с экспертами) позволяют создать качественные просветительские проекты.

Главный редактор «Арзамаса» Филипп Дзядко позиционирует свой онлайн-ресурс как просветительский, созданный по принципу гибридной модели «медиа — обучающий курс»: «Нам хочется делать такую вещь, которая использует принципы медиа и вместе с тем может существовать как своеобразная просветительская институция. Чем больше вы перемешиваете (если это оправдано спецификой материала) — тем веселее, тем интереснее. Быть чисто медиа неинтересно, быть университетом еще рано» [Петров, 2015].

Сотрудники «Арзамас Академии» в процессе создания медиаобразовательных материалов реализуют задачу популяризации научного гуманитарного знания при помощи переупаковки контента. В качестве основных инструментов используются сторителлинг и геймификация. В рамках данного исследования изучаются только публикации специального раздела «Игры», который появился на сайте arzamas.academy в 2017 году (в качестве ответной реакции на общий тренд геймификации контента массмедиа и применение игропрактик в онлайн-образовании).

На первых этапах данный раздел функционировал в качестве самостоятельной рубрики, которая была представлена в меню на главной странице сайта. Затем редакция приняла решение нивелировать аттрактивную и рекреативную функции игрового формата и убрала из основного меню ссылку на рубрику, так как игры выступают в качестве диагностического инструмента и дидактического материала в рамках образовательных курсов.

Как показали результаты контент-анализа, из 68 проектов, представленных в разделе «Игры», 23 посвящены литературе. Тот факт, что треть гейм-проектов связана с творчеством поэтов и писателей,

объясняется выбором объектов исследования в видеокурсах, предлагаемых слушателям «Академии» («Как читать любимые книги по-новому», «Весь Шекспир», «Неизвестный Лермонтов» и др.).

Большинство произведений, подробно рассматриваемых или упомянутых в играх, является классикой русской или зарубежной литературы, которая известна широкому кругу читателей.

Первые игровые проекты «Арзамаса» о литературе в качестве информационного повода имели ретроспективную привязку к конкретной дате, связанной с творчеством писателей, например: «В 1988 году тиражом 180 тысяч экземпляров вышел набор открыток „М. Ю. Лермонтов. Лирика“. Стихотворения были снабжены иллюстрациями книжного графика и плакатиста Леонида Непомнящего, вскоре после этой работы эмигрировавшего в Мексику. Arzamas предлагает угадать, какие произведения имел в виду художник» (<https://arzamas.academy/materials/398>).

В дальнейшем эту шаблонную схему авторы гейм-проектов заменили на смоделированные информационные поводы, которые можно разделить на несколько блоков:

– презентация организаторской деятельности редакции (проведение интерактивных голосований, составление рейтингов самых любимых или самых красивых писателей): «Arzamas предлагает участвовать в определении эталона мужской литературной красоты. Из 42 фотографий русских писателей и поэтов XX века — от пожилого Толстого до юного Сорокина — выберите пять и поделитесь ими в соцсетях» (<https://arzamas.academy/materials/841>);

– актуализация фактов биографии литераторов через интригу и интимизацию общения с читателем: «Узнайте, что важного или поразительного происходило с русскими поэтами и прозаиками, когда они были вашими сверстниками» (<https://arzamas.academy/materials/1017>);

– ассоциативная игра и соотнесение себя с героями известных произведений: «Кто вы из персонажей „Мастера и Маргариты“? Вы-

берите себе от 5 до 10 характеристик и узнайте!» (<https://arzamas.academy/materials/1174>).

С точки зрения типа геймификации 60 % проектов сделаны в виде теста, что обусловлено технологической простотой оформления контента, а также большой адаптивностью данного формата. Редакция «Арзамаса» предлагает читателям серию типизированных тестов, выполняющих диагностическую функцию, то есть направленных на проверку знания деталей из классических произведений XIX–XX веков: «Хорошо ли вы помните „Мертвые души“?» (<https://arzamas.academy/mag/560-deadsouls>), «Хорошо ли вы помните „Мастера и Маргариту“?» (<https://arzamas.academy/mag/538-master>) и др.

С целью привлечения внимания читателя к традиционному формату теста редакция «Арзамаса» создает заголовки с эффектом усиленного читательского ожидания, например: «Кто отрубил руки невесте? Тест на знание характеров персонажей русского эпоса» (<https://arzamas.academy/materials/587>).

Интерактивные тесты, голосования, флеш-игры (с вариантами ответов «да — нет», «верю — не верю») с точки зрения механизма геймификации находятся на периферии. В качестве ядра гейм-контента выступают проекты с активными игровыми механиками, например, анимированная задача (<https://arzamas.academy/materials/557>). Такой тип игрового контента сопровождается методическим материалом, в котором представлены инструкции и правила игры, например, проект «От Адама до Иисуса», посвященный библейским сюжетам и выстроенный по принципу интерактивного таймлайна: *Игроку в случайном порядке даются названия 30 библейских событий. Цель игры — расположить их в правильной последовательности на хронологической шкале, нажав на соответствующий отрезок между двумя событиями. После пятой допущенной ошибки игра заканчивается* (<https://arzamas.academy/materials/1309>).

Таким образом, редакция «Арзамаса» предлагает пользователю фактурный и трансмедийный контент, что позволяет исследователям

современной медиасферы рассматривать «Академию» не только как эффективный просветительский онлайн-проект, но и виртуальный образовательный музей [Рязанова, 2018].

Группа специальных проектов отдела контент-продюсирования редакции сайта tass.ru также создает медиаобразовательные проекты о литературе. По количественному показателю они находятся на третьем месте, уступая естественно-научным и историческим. Объектом исследования литературных проектов является творчество и личная жизнь известных писателей, поэтов (Анна Ахматова, Булат Окуджава, Александр Солженицын и др.).

Редакция спецпроектов «ТАСС» реализует подход глубокого погружения в процессе презентации деятельности литераторов, что обуславливает востребованность такого формата, как лонгрид и мультимедийный лонгрид. В качестве доминантного инфоповода выбираются юбилеи творческих деятелей: «3 июня исполняется 130 лет со дня рождения Анны Ахматовой — одного из главных русских поэтов XX века. Мы не просто расскажем вам о ее жизни и стихах, но и покажем их подробнее» (<https://tass.ru/spec/ahmatova>). В основе данного медиаобразовательного проекта лежит филологический анализ 945 стихотворений, написанных с 1904 по 1966 год. Результаты исследования представлены в виде интерактивной графики и интерпретации полученных данных.

Следуя современным тенденциям специалисты «ТАСС» включают элементы геймификации в лонгриды (панорамные фотоэкскурсии с эффектом присутствия и выбором маршрута в проекте «Виртуальный квартирник»; <https://okudzhava.tass.ru/>), а также предлагают читателям развлекательный контент. В рамках проекта «Поздравь с весной словами русских писателей» (<https://leeco.tass.ru/>), опубликованного накануне Международного женского дня, читатели могут в интерактивном режиме создать именную открытку и отправить ее адресату в соцсети.

Гейм-практики в процессе разработки образовательных проектов развиваются по принципу «от простого к сложному». В послед-

ние два года отдел спецпроектов «ТАСС» делает ставку на создание интерактивных и мультимедийных литературных энциклопедий, которые выпускаются на нескольких языках. Проект «Бестиарий» (<https://monstry.tass.ru/>) посвящен описанию 10 сказочных существ, присутствующих в эпосе народов, проживающих на территории России.

В соответствии с трендом коллаб-журналистики совместно с итальянскими экспертами создана мультимедийная мегаистория «Круги Данте» (<https://dante.tass.ru/>), где «Божественная комедия» рассматривается в качестве необычного инструмента изучения биографии Данте Алигьери как писателя, политического деятеля, дипломата. Гейм-практики используются в технологии формирования структуры мультимедийной энциклопедии, построенной по принципу квеста (макромаршрут задан самим Данте «Ад — чистилище — рай»).

Создание такого медиапродукта требует от редакции временных затрат и наличия специалистов, умеющих работать с экспертами, большим объемом научной литературы, а также способных адаптировать сложную информацию для массовой аудитории. Количество потраченных редакционной командой ресурсов компенсируется за счет создания «вечнозеленого контента», который может быть актуализирован путем подбора соответствующих информационных поводов (календарные праздники, юбилеи известных деятелей, фестивали, национальные проекты и т. д.).

Таким образом, в качестве особенностей игровых медиаобразовательных проектов о литературе, созданных современными онлайн-редакциями можно выделить:

- богатую тематическую и жанровую палитру, в том числе обусловленную серийным подходом к освещению событий в творчестве писателей и разбору конкретных произведений;

- глубокое погружение в тему за счет изучения большого количества научных источников и коллаборации (командной работы над проектами, в том числе с привлечением экспертов-консультантов);

- преобладание диагностической и просветительской функций, так как основная задача гейм-проектов — включить читателя в интересный образовательный курс или продемонстрировать знания, которые он получил после изучения предложенного материала;
- использование ресурсов геймификации как инструмента адаптации и презентации сложной информации (эдьютеймент);
- внутреннюю эволюцию, обусловленную переходом редакций от создания интерактивных тестов и флеш-игр к разработке интерактивных энциклопедий.

Литература

Иванько А. Ф., Козлова Л. В. Геймификация СМИ: новостные игры // Вестник МГУП им. Ивана Федорова. 2016. № 1. С. 53–55.

Карпенко И. И., Лобановская Е. Ю. Геймификация в современной российской интернет-журналистике // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, № 38 (2). С. 263–269.

Петров Е. Филипп Дзядко: «Быть чисто медиа неинтересно, быть университетом еще рано» // Colta.ru. URL: <https://www.colta.ru/articles/media/6395-filipp-dzyadko-byt-chisto-media-neinteresno-byt-universitetom-esche-rano> (дата обращения: 1.10.2021).

Рязанова А. В. Медиапроект «Arzamas» как виртуальный образовательный музей // Грамота, 2018. № 11 (97). Ч. 1. С. 165–168.