

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ К. В. Анисимов
« ____ » _____ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СПОСОБ ПОДАЧИ КОНТЕНТА В
ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ ОНЛАЙН-МЕДИА**

Руководитель _____ канд. филол. наук, доц. А. В. Гладилин

Выпускник _____ Е. Д. Почкаева

Нормоконтролер _____ ст. преподаватель О. В. Богуславская

Красноярск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты изучения геймификации в массмедиа.....	8
1.1 Возникновение понятия «геймификация» и дефиниции термина.....	8
1.2 Определение игры и свойства игровых практик	15
1.3 Признаки геймифицированного продукта.....	19
1.4 Элементы геймификации в массмедиа	21
1.5 Подходы к классификации геймифицированных материалов в онлайн-медиа.....	24
1.6 Новостные игры в контексте геймификации	28
1.7 Функции геймифицированных материалов интернет-журналистики.....	31
2 Особенности геймифицированного контента в современных онлайн-медиа .	35
2.1 Анализ геймифицированного контента издания Meduza	36
2.2 Анализ геймифицированного контента издания «РИА Новости».....	48
2.3 Анализ геймифицированного контента издания The Guardian	68
2.4 Анализ геймифицированного контента издания The New York Times	75
Заключение	92
Список использованных источников	97
Приложение А Контент-анализ издания Meduza.....	102
Приложение Б Контент-анализ издания «РИА Новости».....	133
Приложение В Геймифицированный контент издания «РИА Новости».....	145
Приложение Г Геймифицированный контент издания The Guardian.....	146
Приложение Д Геймифицированный контент издания The New York Times ..	147

ВВЕДЕНИЕ

По данным Worldmeters¹ — всемирной статистики в режиме реального времени, на 12.04.2021 г. насчитывалось более 4,9 млрд. пользователей интернета, что составляет 62% от всего населения земного шара, численность населения на эту же дату — 7,8 млрд. человек. Из этого можно сделать вывод, что для большинства людей одним из основных источников информации теперь является интернет. Но медиaprостранство переполнено различными материалами, количество которых многократно превышает объём их возможного потребления. Внимание аудитории уже привлекает не информация, а способ её подачи, поэтому изменяется подход к созданию контента. Перед журналистами стоит новая задача — создавать материалы, которые пользователи будут активно распространять. Одним из работающих инструментов для привлечения и удержания аудитории в онлайн-медиа является геймификация.

Более того, геймификация медиадискурса, в общем, и в частности, является одним из трендов развития современной журналистики. По прогнозам исследовательской компании MarketsandMarkets² размер рынка геймификации вырастет с 9,1 миллиардов долларов в текущем до 30,7 миллиардов долларов к 2025 году. Такой рост объясняется тем, что игровой формат начинает активно, как никогда ранее, развиваться и распространяться во всех индустриях, включая онлайн-СМИ. В конце января этого года издание о медиа The Fix³ опубликовало статью о пяти инновационных новостных форматах для медиа в 2021 году. На первом месте как раз стоит — геймификация. Также в феврале в блоге Pressfeed⁴ выходит материал о семи главных трендах копирайтинга 2021 года, в котором также пишут о геймификации: «Тематические игры, чат-боты, тесты и другой интерактивный контент повышает вовлеченность подписчиков и охваты постов, а ещё легко и ненавязчиво доносит до аудитории ценность

¹ <https://www.worldometers.info/ru/>

² <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/gamification-market-991.html>

³ <https://thefix.media/2021/01/25/5-innovative-news-formats/>

⁴ <https://news.pressfeed.ru/trendy-kopirajtinga-v-2021-godu/>

продукта». Такой способ подачи контента может позволить онлайн-медиа представить информацию в увлекательной и яркой игровой форме, а читатели получают возможность вступить во взаимодействие с представляемым содержанием и в ненавязчивой форме усвоить информацию.

Геймификация свойственна не только интернет-коммуникациям. Однако конкретно интернет-пространство делает этот способ подачи контента наиболее интересным, ярким и, что важно, результативным.

Таким образом, опираясь на вышеизложенное, **актуальность** выпускной квалификационной работы состоит в том, что рост пользователей в интернет-пространстве с каждым днём увеличивается, между онлайн-СМИ происходит борьба за аудиторию, журналистам приходится внедрять новые способы подачи информации, которые будут привлекать и удерживать внимание читателей. К тому же происходит изменение предпочтений людей в пользу интерактивного контента. Здесь на помощь и приходит внедрение геймификации в СМИ. Тенденции геймификации, прежде всего в онлайн-медиа, на сегодняшний день являются малоизученными, потому что стремительное развитие технологий идёт впереди их теоретического осмысления. Данной проблемой и обусловлена актуальность темы данного исследования.

Цель исследования выпускной квалификационной работы — выявить и проанализировать особенности геймификации и рассмотреть существующую практику использования геймифицированного контента в онлайн-медиа.

Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие **задачи**:

- Выделить основные дефиниции термина «геймификация»;
- Обозначить свойства игровых практик;
- Выделить признаки и элементы геймификации в массмедиа;
- Изучить подходы к классификации геймифицированных материалов в онлайн-медиа;
- Рассмотреть новостные игры в контексте геймификации;

- Определить функции геймифицированных материалов интернет-СМИ;
- Проанализировать практику применения геймификации в онлайн-медиа;
- Выявить особенности геймифицированного контента в онлайн-медиа.

Объект дипломной работы — зарубежные и российские онлайн-медиа, использующие элементы геймификации при производстве контента.

Предмет данного исследования — формы, особенности и функции геймификации.

Гипотеза работы заключается в том, что в онлайн-медиа геймификация применяется далеко не только для развлечения и вовлечения аудитории, но и для погружения в материал и для усвоения серьезной информации. Более того, с помощью геймификации можно подать материалы любой направленности, начиная от каких-либо интересных фактов, заканчивая серьезными политическими, социальными или экономическими новостями.

Для того чтобы оценить **степень научной разработанности проблемы** был проведён подробный анализ **теоретической базы** исследования, в ходе которого было сформировано несколько групп научных источников.

В первой группе, посвященной исследованию феномена геймификации и игры в целом можно выделить работы: К. Вербаха, Д. Хантера, Г. Зикерманна, Й. Хёйзинга, С. Детердинга, К. Каппа, Т. О. Сундуковой. Геймификация как явление стала предметом исследовательского интереса относительно недавно, особенно если мы говорим про российских теоретиков. В зарубежном сообществе этим феноменом стали интересоваться с конца 1990-х гг., а в российской среде первые исследования появились только лишь с 2010-х, следовательно, при изучении аспектов самой геймификации приходилось опираться в основном на статьи и книги зарубежных теоретиков.

Ко второй группе, которая касается непосредственно геймификации в СМИ, можно отнести теоретиков: Р. Конилла, М. Карлссона, В. Н. Титову, А.

Ф. Иванько, Л. В. Козлову, Т. В. Василенко, М. В. Басову, В. Е. Беленко, И. И. Карпенко, Е. Ю. Лобановскую и В. Пулю. Взгляды всех перечисленных выше исследователей, так или иначе, отразились при написании данной работы.

Эмпирическая база представлена геймифицированным контентом таких онлайн-медиа, как: Meduza и «РИА Новости» — для выявления форматов, функций и элементов геймификации в русскоязычных онлайн-медиа, The New York Times и The Guardian — для выявления форматов, функций и элементов геймификации в зарубежных онлайн-медиа.

В качестве основных **методов исследования** были использованы: при сборе информации — поиск, обработка и анализ научной литературы, также типологизация направлений исследований и их результатов. Более того, был использован структурно-функциональный анализ, с помощью которого были изучены основные составляющие любого геймифицированного продукта. Количественный анализ геймифицированных материалов позволил выявить динамику публикаций. А контент-анализ геймифицированных материалов позволил выявить ведущие форматы, информационные поводы, круг тем, функции и элементы геймификации.

Научная новизна выпускной квалификационной работы состоит в том, что в ней впервые собраны, проанализированы и систематизированы разрозненные материалы по использованию геймификации в онлайн-медиа.

Практическая значимость данного исследования заключается в том, что собранные данные помогут редакциям или отдельным журналистам понять и применять механизмы геймификации для создания материалов с целью вовлечения и удержания аудитории. Более того, результаты данной работы можно использовать в курсах обучения будущих профессионалов и для написания работ по смежным темам.

Теоретическая значимость данной работы определяется систематизацией исследований относительно особенностей геймифицированного контента в онлайн-медиа. Изучение этого явления позволяет обобщить теоретические положения о данном направлении и

способствует структурированию знания о данном феномене в сфере массмедиа для дальнейшего детального изучения.

Апробация работы: материалы исследования были представлены на II Международном Форуме языков и культур 27-30 мая 2021 года, более того по результатам исследования был получен диплом I степени в постерной сессии «Молодые исследователи в мире науки и практики».

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Во введении обоснуется актуальность темы, выделены объект и предмет исследования, сформулированы цель, задачи, оценена степень научной разработанности проблемы, обоснованы практическая и теоретическая значимость выполненного исследования.

В первой главе раскрыто понятие геймификации, обозначены свойства игровых практик, определены признаки и элементы геймификации в массмедиа, описаны подходы к классификации геймифицированных материалов в онлайн-медиа и выделены функции геймифицированных материалов интернет-СМИ. Во второй главе работы проанализирована практика применения геймификации в онлайн-медиа и выявлены особенности геймифицированного контента. В заключении сформулированы основные выводы работы и намечены направления дальнейшего изучения данной темы. В приложение в работе вынесены таблицы с контент-анализом геймифицированных материалов.

1 Теоретические аспекты изучения геймификации в массмедиа

1.1 Возникновение понятия «геймификация» и дефиниции термина

Геймификация — сравнительно новое явление для отечественной медиасреды, несмотря на то, что механизм классической игры, который лежит в её основе, интуитивно понятен каждому человеку. Часто так происходит, что люди, которые малознакомы с термином «геймификация» могут ставить знак равенства между ним и понятием «игра». В большинстве случаев это обусловлено тем, что дословный перевод с английского корня «гейм» — «игра», следовательно, именно из-за этого можно посчитать геймификацию — игрой как таковой. Но и не стоит отрицать того факта, что в основе геймификации находятся такие же техники, которые могут применяться и в классических видеоиграх. Главное отличие заключается в целях: игра ради игры, или игра ради привлечения внимания.

Самые первые упоминания о «геймифицированных онлайн-системах» можно найти ещё в 1980-х годах. Ричард Бартл профессор Эссекского университета — первопроходец в многопользовательских онлайн-играх считает, что это слово означало «превращение чего-то, что не является игрой в игру» — об этом пишут Кевин Вербах и Дэн Хантер в книге «Вовлекай и властвуй: игровое мышление на службе бизнеса» [Вербах, 2015].

Однако в своем нынешнем значении исследуемый термин впервые встречается лишь в 2003 году из уст американского программиста Ника Пеллинга. Но термин вновь уходит из употребления, даже несмотря на то, что в течение нескольких следующих лет исследователи и разработчики игр начали говорить о серьёзном потенциале видеоигр. Впрочем, широкое распространение понятие «геймификация» получило лишь только в 2010 году, когда на него обратило внимание профессиональное бизнес-сообщество. Более того, к изучению этого явления в это же время приступили специалисты из самых разных областей: биологии, нейробиологии, психологии. Это

подтверждает, что явление геймификации находится на стыке разных областей научного знания, косвенно связанных друг с другом.

Достаточно изучить статистику поисковых запросов в Google⁵ по слову геймификация (См. Рис. 1), чтобы увидеть большой разрыв между созданием термина и началом его использования, а также оценить темпы роста популярности геймификации во всем мире.

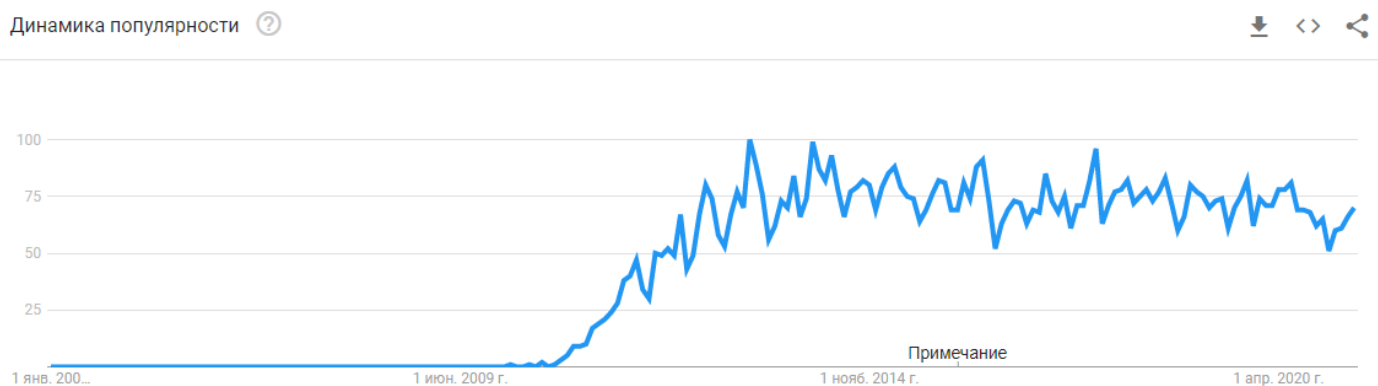


Рисунок 1 — статистика поисковых запросов в Google по слову «геймификация»

Такой перерыв можно трактовать тем, что потребовалось около 8 лет, прежде чем был накоплен необходимый опыт успешного применения геймификации в реальных проектах.

Геймификация как процесс (независимо от того, о какой области идёт речь) возникла из природы компьютерных видеоигр, поэтому представляется значимым проследить этапы её развития.

Опираясь на изученные материалы зарубежных и отечественных исследователей, можно сделать вывод, что процесс эволюции термина «геймификация» выглядит следующим образом:

1 1997-2000 — появление первых видеоигр, первых интернет-площадок;

2 2000-2005 — специалисты из смежных областей начинают проявлять интерес к процессу развития видеоигр. Возникает необходимость

⁵ <https://trends.google.ru/trends/explore?date=all&q=gamification>

выделения такой области, которая бы выступила площадкой для совместных экспериментов;

3 2005-2010 — геймификация — дополнение к видеоиграм и практически не рассматривается как отдельное явление;

4 2010-2012 — происходит существенное разделение теоретиков функционирования игровых элементов и разработчиков геймифицированных систем на оптимистов и пессимистов;

5 2012-2021 — современный этап развития. Геймификация рассматривается либо как самостоятельное направление, которое имеет огромный потенциал, унаследованный от классических компьютерных игр, либо, как инструмент маркетологов в условиях конкурентной борьбы за потребителя. Цель — решение социальных проблем, упрощение рутинных задач. В случае со СМИ — ещё и привлечение молодой аудитории к чтению новостей.

Геймификация СМИ — явление, существующее на стыке нескольких индустрий, среди которых основными являются индустрия игр, маркетинга и медиа. Область геймификации довольно быстро развивается, существует множество мнений о том, что означает это понятие и как оно относится к СМИ. Следовательно, чтобы анализировать этот феномен, нужно чётко представлять, что мы будем понимать под этим термином. Для этого рассмотрим **дефиниции различных исследователей.**

Для начала разберем зарубежные определения термина «геймификация»: Гейб Зикерманн, автор книги «The Gamification Revolution» и один из первых гуру геймификации определяет её так: «Геймификация — это процесс привлечения аудитории, при котором берётся лучшее от программ лояльности, игровых механик и поведенческой экономики». [Зикерманн, 2018].

В работе «The Gamification of Journalism» Р. Конилл и М. Карлссон из университета Карлстада ссылаются на определение другого учёного — Питера Лэнга, который в своей работе «Mediatization: concept, changes, consequences»

первично определяет геймификацию как «процесс медиатизации, коммерциализации и индивидуализации» [Conill, 2016].

В то же время сами исследователи считают, что геймификация — одна из новых моделей новостных выпусков, призванных привлечь молодую аудиторию к потреблению новостного контента. По мнению авторов статьи, эта цель послужила толчком для проведения исследований на стыке геймификации и журналистики.

По мнению теоретика Карла Каппа, геймификация — это «использование принципов игровой механики, эстетики и мышления, характерных для компьютерных игр в программных инструментах для неигровых процессов с целью привлечения и мотивирования пользователей, повышения их вовлеченности в решение прикладных задач» [Kapp, 2012].

В книге «Gamification: A simple introduction & a bit more» стоит следующее определение: «Геймификация — это использование методов игрового дизайна, игрового мышления и игровых механизмов для улучшения неигрового контекста. Как правило, геймификация применяется к неигровым приложениям и процессам, чтобы побудить людей принять в них участие или влиять на то, как они используются» [Marczewski, 2013].

А профессор университета Пенсильвании К. Вербах называет геймификацией «ситуацию, когда нечто использует комбинацию игровых элементов и игрового дизайна для достижения целей, отличных от игры ради игры» [Вербах, 2015].

И наконец, последнее зарубежное определение, которое мы рассмотрим, дано группой учёных в составе Д. Диксона С. Детердинга, Л. Наке и Р. Кааледа. Оно объединяет всё вышеперечисленное и является наиболее лаконичным и простым для восприятия: «Gamification is the use of game design elements in non-game contexts» (геймификация — это использование игровых элементов в неигровых контекстах) [Deterding, 2011].

Если в зарубежном научном пространстве учёные придерживаются одного термина, то в отечественной науке исследователи данного вопроса не

пришли к единому терминологическому аппарату. В российских работах можно встретить следующий набор обозначений: «геймиризация», «игроификация», «игрореализация», «игроизация», «играизация», однако термин «геймификация» всё же получил наибольшее распространение.

Рассмотрим определения, наиболее подходящие под наше понимание геймификации. Под «игроизацией» теоретик С. И. Ильченко понимает «определённый вид коммуникации, и определённый тип общения с аудиторией, и модель поведения». Игроизация, по мнению профессора: «специфический вид ТВ коммуникации, в котором формируются игровые отношения, отличные от иных типов социальных связей и контактов... При этом складывающиеся игровые отношения реализуются «в двух аспектах, один из которых — игра как таковая, а второй — игроизация» [Ильченко, 2012].

Другой термин «играизация» использует С. А. Кравченко. При анализе телевизионного контента, феномен, лежащий в основе его работы, называется не геймификацией, а «геймиризацией», и определяет исследователь это таким образом: «Организация формы коммуникации, наиболее полно отражающая потребности различных аудиторий в условиях высокой конкуренции продюсеров за внимание аудитории» [Кравченко, 2010].

В учебном пособии «Журналистика как творчество» В. Ф. Олешко именуется геймификацию — игрореализацией. Учёный утверждает: «игрореализация — это одна из форм диалоговых взаимодействий, это форма творческой (спонтанной) реализации возможностей человека, свободы его индивидуальных действий». Он разделяет технологии игрореализации на процессуальные и творчески обусловленные. «Процессуально обусловленные ситуации игрореализации предполагают использование манипулятивных методов воздействия на аудиторию и носят прагматический характер» [Олешко 2003].

И. И. Волкова в своих работах использует понятие игроификация. Она ссылается на понятие Оксфордского словаря английского языка и даёт свой

перевод понятию «gamification», понимая под этим применение типовых элементов игры в неигровых процессах [Волкова 2013].

В статье «Геймификация СМИ: новостные игры» исследователи А. Ф. Иванько и Л. В. Козлова утверждают: «Геймификация — это использование игровых элементов в неигровых ситуациях, которое подразумевает получение заранее определенного вознаграждения при достижении результата» [Иванько, 2016].

Исследовательница В. Н. Титова утверждает, что теоретики и практики медиа часто склонны называть введение в сюжетику СМИ любого игрового контента геймификацией. В то время как процедура геймификации в её понимании — «это не создание игры на выбранную тему, но комплекс мер, сопровождающих выполнение пользователем какого-либо серьезного, требующего значительных усилий вида деятельности — рутинного процесса» [Титова, 2015].

Т. О. Сундукова в своей работе «Геймификация как инструмент коммуникаций обозначает термин таким образом: «Геймификация — это использование подходов, которые свойственны компьютерным играм в так называемых неигровых контекстах с целью привлечения пользователей, повышения их вовлеченности в решение задач, использования продуктов и услуг» [Сундукова, 2017].

Следует предположить, что в отечественном научном пространстве всё-таки приживется именно термин «геймификация», а не другие его производные, так как это слово уже общепринято среди англоязычного медиа-исследовательского сообщества, которое можно считать флагманом в этом вопросе просто потому, что за рубежом геймификацию начали изучать на несколько десятков раньше, чем у нас. Более того, в активном словарном запасе носителей русского языка уже существует довольно распространенное слово «геймер», которое не требует дополнительные дефиниции для его объяснения. Следовательно, логично было бы предположить, что однокоренному слову

«геймификация» понадобится гораздо меньше времени для того, чтобы закрепиться в сознании людей, не вызывая лишних вопросов.

Несмотря на относительную молодость этого термина на отечественном медиарынке, многие российские учёные высоко оценивают перспективы развития геймификации. В зарубежной практике первопроходцами использования игровых элементов стал бизнес, а в российской — образование. В настоящее время большинство русскоязычных исследований по геймификации прослеживаются именно в этой сфере, хотя следует отметить, что в сфере бизнеса тоже начинается активное изучение игровых элементов.

В целом, все перечисленные выше понятия отражают суть того, чему посвящена данная работа. Однако существует определение, которое не только объединяет всё изученное выше, но и подходит для определения геймификации в СМИ: «геймификация — это применение игровых элементов в самой драматургии журналистского произведения, с целью привлечения к потреблению новостного контента молодой аудитории и упрощения рутинных процессов, сложных (с точки зрения понимания) для аудитории [Басова, 2017].

Таким образом, исследуемый термин обозначает включение игровых элементов, например, системы наград и достижений, в конкретный процесс человеческой деятельности с целью поддержания интереса и стимулирования участия. Подобные включения особенно эффективны при добавлении к деятельности, которая потенциально утомительная и однообразная. Благодаря природному стремлению человека к соревновательности, получению новых достижений и развитию, геймификация повышает интерес к выполняемой задаче и помогает поддерживать его до тех пор, пока все поставленные задачи не будут реализованы. Другими словами, геймификация может напрямую влиять на производительность, повышая её за счет поощрения участия.

1.2 Определение игры и свойства игровых практик

Для того чтобы дальше изучать геймификацию и корректно говорить о ней, нам необходимо отделить её от игры. Поэтому для начала нужно рассмотреть, что для человека представляет собой игра. Это поможет нам определить, какие сформировавшие и изменявшие на протяжении времени игру принципы послужили основой для феномена геймификации. А также подскажет, где та грань, которая отделяет игру в чистом виде от геймифицированного процесса и геймифицированного продукта в частности. Чтобы решить эту задачу мы рассмотрели понимание игры с философской точки зрения, её генезис и специфику в работах: «Игра как феномен сознания» И. Е. Берлянд, «Игры, в которые играют люди» Э. Берна и «Психология игры» Д. Б. Эльконина, а также мы обратились к традиционным теориям игры и выделили, что все-таки считается её образующим.

Так, нидерландский философ Йохан Хёйзинга в одной из ключевых своих работ «Человек играющий» определяет игру так: «добровольное поведение или занятие, которое происходит внутри некоторых установленных границ места и времени согласно добровольно взятым на себя, но, безусловно, обязательным правилам, с целью, заключающейся в самом этом занятии; сопровождаемое чувствами напряжения и радости, а также ощущением инобытия в сравнении с обыденной жизнью» [Хёйзинга, 1997]. Эта интерпретация до сих пор остается наиболее полным определением игры. Отталкиваясь от него, мы выделим наиболее важные свойства игр и кратко проанализируем каждое из них.

Во-первых, игра всегда добровольна. Это акт свободного действия. В том случае, если один человек заставляет играть другого, он сумеет получить только имитацию игрового действия, так как игра несет цель в самой себе и в чистом виде основана на добровольном и свободном согласовании общего мира с конкретными правилами. Человек всегда включается в игровое пространство по собственному желанию (так же, как и покидает его). Можно предположить,

что то же ощущение ненавязанности предложенных действий возникает и у людей, которые погружается в игру в СМИ.

Во-вторых, игра всегда разворачивается по заранее оговоренным правилам, которые не могут изменяться в процессе. Каждая игра имеет свои правила, по которым она функционирует, они являются своего рода фундаментом, на котором и основывается игра. Этот элемент является чрезвычайно важной частью игры, без которого она не имеет формы и согласованности. Людвиг Витгенштейн в своей книге: «Философские исследования» говорил о данном аспекте следующее: «Игре обучаются, глядя на игру других. Но мы говорим, что в игре соблюдаются те или иные правила, так как наблюдатель может «вычитать» эти правила из практики самой игры как некий закон природы, которому подчиняются действия играющих» [Витгенштейн, 2011]. Это подчеркивает организующую функцию правил. Человек, который не подчиняется правилам и игнорирует их, представляет собой опасность для устойчивости и целостности игры. Любое отклоняющееся действие угрожает естественному ходу игры и может разрушить её мир. Участника, использующего такую тактику, нельзя называть игроком. Также об этом писал немецкий феноменолог Евгений Финк: «То, что ограничивает произвол в действиях играющего человека, — не природа, не ее сопротивление человеческому вторжению, не враждебность ближних, как в сфере господства, — игра сама полагает себе пределы и границы, она покоряется правилу, которое сама же и ставит» [Финк, 1988]. Уже сейчас мы можем отметить, что основополагающие игры, ее правила, в том же статусе перекочевали и в геймифицированные процессы разных отраслей, в том числе и в СМИ.

В-третьих, игра — это противопоставление обыденной жизни, то есть обычно игра предполагает погружение в специально сконструированное пространство, чаще всего нереальное. Из предыдущего пункта становится ясно, что игра может не только не иметь отношения к реальной жизни, но и полностью ей противоречить. Человек в игре ведет себя согласно тому, как необходимо действовать для достижения поставленной цели. Так, Д. А.

Устюжанина в своей работе «Геймификация в интернет-СМИ: функциональный аспект» говоря о свойствах игровых практик, утверждает, что такое погружение в нереальное пространство иногда может даже становиться формой социального эскапизма [Устюжанина, 2015]. Хотя даже и в виртуальном пространстве можно реконструировать реальные практики, действия и отношения. В таком случае игровой мир может превратиться в модель настоящего.

В-четвертых, в игре всегда присутствует временная и пространственная замкнутость. Правила, которые изложены выше, не только предлагают модели поведения игроков в пространстве игры, но и чётко его разграничивают. Например, это очень хорошо проявляется во множестве спортивных игр, где есть определённая зона действия, а вместе с ней и временной отрезок, за который это действие и может разворачиваться. Именно временная замкнутость, по мнению Йохана Хёйзинга, способствует существованию такого качества как закрепление: «Игра сразу же закрепляется как культурная форма. Однажды сыгранная, она остается в памяти как некое духовное творение или духовная ценность, передается от одних к другим и может быть повторена в любое время» [Хёйзинга, 1997]. Пространственные рамки могут быть обговорены заранее, а могут сформироваться по ходу игры спонтанно. Более того, опять возвращаясь к предыдущему признаку игры, подтверждается тот факт, что это пространство не всегда может быть материальным, игровое поле бывает целиком вымышленным, даже несмотря на то, что в таком случае каждый игрок будет видеть его по своему.

И последнее, одно из важнейших свойств игровых практик — наличие цели. Существуют причины полагать, что игра сама по себе бесцельна. Но внутри игры, когда участники принимают её правила, цель становится ясной и логичной, а путь, основанный на правилах, появляется сам собой. Такой же полноправной целью, как итоговый выигрыш и условная награда, является наслаждение от самой игры как от процесса. В суждениях о цели игры сходятся цитируемые выше Евгений Финк и Йохан Хёйзинга: «...у нее нет никакой цели,

ее цель и смысл — в ней самой. Игра — не ради будущего блаженства, она уже сама по себе есть «счастье», лишена всеобщего «футуризма», это дарящее блаженство настоящее, непредумышленное свершение. никоим образом это не исключает того, чтобы игра содержала в себе моменты значительного напряжения, как, например, игра-состяжание. Но игра, со своими волнениями, со всей шкалой внутреннего напряжения и проектом игрового действия, никогда не выходит за свои пределы и остается в себе самой» [Финк, 1988]. Хёйзинга утверждал: «Игра — это функция, которая исполнена смысла. В игре вместе с тем играет нечто выходящее за пределы непосредственного стремления к поддержанию жизни, нечто, вносящее смысл в происходящее действие. Всякая игра что-то значит» [Хёйзинга, 1997]. Целью игры может быть завоевание авторитета, набор бонусов и т.п. Следовательно, можно сказать, что внутри игры должен существовать набор каких-либо внутренних мотиваторов для участников.

Именно цель и ее трансформация оказали больше всего влияния на выделение геймифицированного процесса, как производного от игры самостоятельного явления. Игра подразумевала основную цель в ней самой, за что часто и характеризовалась, как нечто инфантильное и несерьезное. Геймификация же стала своеобразной адаптацией игры к современным реалиям. Так, вместо удовольствия от процесса, основной целью стал опыт, направленный на дальнейшее развитие конкретных навыков и на формирование определенных знаний для использования их в реальном, неигровом контексте.

Таким образом, мы выделили базовые свойства игры, и еще раз убедились, что геймификация — это не форма или действие, как игра, а модель преобразования деятельности, процесса до этого не имеющего никакого отношения к игре. И на основе этого мы можем выделить главные характерные признаки такой модели.

1.3 Признаки геймифицированного продукта

Отправной точкой здесь является цель, как результат, имеющий выраженное значение в реальном мире. Достижение этого результата предполагает действие, чаще всего повторяющееся. Последовательное выполнение типовых действий — отрезок, на котором в современном мире все сложнее сосредоточиться. Гейб Зикерманн в своей книге писал: «Классические модели вовлечения больше не имеют веса в мире, в котором царит многозадачность, а число отвлекающих факторов постоянно увеличивается, так что жизнь все более становится похожей на игру. В такой новой среде обитания люди ожидают повышенного вознаграждения, стимулирования и обратной связи. То, что захватывает сегодня, завтра может оказаться скучным, и это произойдет раньше, чем мы представим, что станет удерживать внимание в будущем» [Зикерманн, 2014].

Так как геймификация направлена на решение данной проблемы, по классификации В. Н. Титовой обозначим первым её неотделимым признаком — наличие в основе рутинного процесса, череды повторяющихся действий, предполагающих регулярные усилия со стороны пользователя, провоцирующие снижение мотивации и потерю концентрации внимания [Титова, 2015]. Л. Ю. Григорьева подтверждает, что «усвоение больших массивов информации, беспроблемная ориентация пользователя в потоке постоянно создающегося контента — это и есть задача геймификации в медиа и СМИ в целом» [Григорьева, 2013].

Следующий признак — наличие прогрессии, то есть комплекс из заложенной в продукт цели и простроенного маршрута к её достижению. Автор классификации отмечает, что цель игрока и создателей могут отличаться. Наличие цели и задач для ее осуществления решает проблему демотивации в рутинном процессе, эти факторы наоборот подстегивают участника дойти до конца. Это дополнительная возможность проверить свои знания, получить новую информацию, усилить свои позиции среди других пользователей,

развить определенные навыки, решить какую-либо проблему или, наконец, развлечься. Признаком успешной геймификации исследователь Кевин Вербах называет потребность пользователя в обучении чему-то новому, либо в решении какой-то проблемы [Вербах, 2015]. В. Н. Титова утверждает, что «о важности наличия цели говорят многие исследователи, и эта составляющая видится самым значимым движущим элементом, влияющим на формирование внутренней мотивации пользователя» [Титова 2015].

В любой игре важны поощрения. Существуют различные способы стимулирования пользователей:

- статус;
- открытие доступа к новым функциям и возможностям;
- снятие ограничений при выполнении каких-то действий;
- материальные вознаграждения [Иванько 2016].

Последний признак вытекает из второго, пользователю должна быть предоставлена возможность отрефлексировать свои действия, пронаблюдать, как происходит перемещение по маршруту. Так, исследовательница В.Н. Титова в своей работе пишет: «Ученые-бихевиористы обнаружили, что как собственное, так и стороннее наблюдение за деятельностью человека меняет его поведение в рамках наблюдаемой деятельности» [Титова, 2015]. Обратная связь о промежуточных результатах деятельности позволяет скорректировать поведение и добиться лучшего результата. Наглядное доказательство близкого успеха также подталкивают пользователя к новым действиям. Намеренная стимуляция работы над собой — основное отличие геймификации от обычных игр. Это приводит нас к выводу о том, что геймификация — это системный процесс, составляющие которого достаточно жестко взаимосвязаны друг с другом.

Вышеперечисленные пункты служат опознавательными признаками геймифицированного продукта. Они позволяют отсортировать другие игровые технологии от геймификации, а геймификацию от чистой игры. Фактически,

признаки геймификации, это преобразованные характеристики игры. А сама геймификация — это имитация игры с преобразованной целью.

1.4 Элементы геймификации в массмедиа

Геймифицированные системы, так же как и сами игры, бывают разных уровней сложности, в зависимости от того, насколько сложная игра ложится в основу. Это становится основой для выбора того, какие именно заимствуются игровые элементы. Для начала следует разобрать игровые элементы, используемые в геймификации в целом. Кевин Вербах, американский ученый, автор первого в мире курса по геймификации, в книге «Вовлекай и властвуй» утверждает, что есть три категории игровых элементов — динамики, механики и компоненты.



Рисунок 2 — Иерархия игровых элементов

Игровые элементы расставлены по степени уменьшения их абстрактности. Кевин Вербах пишет, что «каждая механика связана с одной или несколькими динамиками, а каждый компонент — с одним или несколькими элементами высокого уровня» [Вербах, 2015].

Высший уровень абстракции — динамики. Динамика включает в себя то, как формируются отношения, когда пользователь будет взаимодействовать с публикацией. Также к динамике относится эмоциональное взаимодействие, логика событий (объединение отдельных составляющих в одно целое: хронология, последовательность подачи материала).

Следующий уровень — механики. Они являются основными процессами, движущими действиями и формирующими вовлеченность у игрока. Каждая из них является способом достижения одной или нескольких вышеупомянутых динамик. Кевин Вербах выделяет десять важных игровых механик: обратная связь, ходы, вознаграждения, состояние победы, шанс, сотрудничество (чтобы достичь общей цели, игроки работают вместе), соревнование (кто-то выигрывает, кто-то проигрывает), накопление ресурсов, сделки и задания.

И последнее, что выделяет Вербах — компоненты. Это уже более конкретная форма, которую принимают динамики и механики. Кевин Вербах выделяет пятнадцать игровых компонентов. Сюда относятся рейтинги лидеров, уровни, различные достижения, бейджи, аватары, доступ к определённым контенту, очки и др. [Вербах, 2015].

Опираясь на классификацию Д. А. Устюжаниной в учебном пособии по интернет-журналистике мы выделим следующие элементы геймификации в массмедиа:

Игровые жанры: викторина, видео-игра, тест, конкурс, соревнование. На сайтах СМИ могут появляться как обогащенные интерактивностью и обновляющимся рейтингом викторины, так и полноценные видеоигры. Например, большое разнообразие игровых жанров можно обнаружить на сайте «Медузы». Издание использует их как в партнерских материалах, так и в редакционных. В последнем случае игры нередко создаются в связи с актуальным информационным поводом. Так, в марте после того, как Роскомнадзор внезапно объявил, что замедлил твиттер, на сайте была опубликована игра «Твиттер, притормози!». Полноценные видеоигры создает телеканал Al Jazeera, к примеру, один из самых крупных игровых проектов

издания — «#Hacked — Syria's Electronic Armies». Это видеоигра, в которой участнику предлагается роль журналиста-расследователя, работающего в условиях сирийской кибервойны. Игрок может общаться с сотрудниками виртуальной редакции и героями интервью, персонажами которых являются люди, которых лично интервьюировали журналисты Al Jazeera.

Игровые роли. «Взаимодействие редакции интернет-СМИ с гражданскими журналистами может приобретать черты ролевой игры. Например, проект Guardian Witness предполагает, что читатели не просто присылают на сайт любой контент, который считают нужным, а выполняют ограниченные во времени задания редакции. Таким образом имитируется работа редакции» [Устюжанина, 2019].

Дизайн — кнопки, переключатели, бегунки. Элементы дизайна сайта тоже могут выполнять игровую функцию. Так, например, раньше на сайте «Медузы» полоска с курсом валют и стоимостью барреля нефти сопровождалась переключателем с надписью «Не хочу это видеть».

Награды — звания, значки, баллы. Сюда как раз можно отнести названные выше «компоненты». Пользователи онлайн-СМИ могут получать разные игровые звания не только за участие в конкурсах или викторинах, но и за активное участие в комментировании материалов. Причем звания или статусы могут иметь не игровую цель [Устюжанина, 2019]. Определенные системы поощрения (PBLs: points, badges, leaderboards): очки (баллы), значки и рейтинги считают важной составляющей геймификации также исследователи Р. Конилл и М. Карлссон [Conill, Karlsson, 2016]. Однако, в книге «Вовлекай и властвуй» Кевин Вербах утверждает, что внедрение PBLs само по себе не является геймификацией: «PBL сделали настолько популярными в геймификации, что часто описываются так, будто они и есть геймификация в целом. Это не соответствует истине, но эти элементы — прекрасное начало» [Вербах, 2015].

Баллы способствуют чувству собственного прогресса пользователя. Они становятся автоматическим механизмом обратной связи. Кроме того, система

баллов очень часто применяется внутри новостных редакций для повышения уровня мотивации качественной работы среди журналистов. Также, по мнению Вербаха и Хантера баллы очень эффективны для ведения счёта: «Баллы говорят игроку, как хорошо он справляется с игрой. Человек, который заработал 90 баллов, играет дольше и успешнее, чем тот, кто заработал 30. Баллы также могут разграничивать уровни. Например: «Вам нужно набрать 10 тысяч баллов для того, чтобы перейти на пятый уровень, при этом вы откроете доступ к званию суперигрока и новому контенту». В таком случае баллы демонстрируют истинное «место» в игре, поскольку раскрывают прогресс с начала игры и до достижения целей» [Вербах, 2015]. «Кроме того, баллы могут быть показателем статуса, в том случае, если достижения каждого члена сообщества (в нашем случае — читателя) могут быть видны другим. Баллы так же могут быть полезной информацией для гейм-дизайнера, так у него может появиться возможность понять насколько быстро пользователи открывают доступ к новому контенту» [Басова, 2017].

Другой крайне сложный и важный игровой компонент — рейтинги. Это последняя составляющая триады PBL и, можно сказать, одна из самых сложных. С одной стороны, игроки (в нашем случае — читатели) часто хотят знать своё положение относительно конкурентов. Кроме того, рейтинг создает такую среду для развития, которую не дают ни баллы, ни значки. Если в игре важны показатели, то рейтинг делает эти показатели публичными — их видят все. Таким образом, при правильном контексте рейтинги могут стать мощными мотиваторами.

1.5 Подходы к классификации геймифицированных материалов в онлайн-медиа

Существует целый ряд попыток типологизировать геймифицированные проекты в СМИ, например по степени вовлеченности, роли игроков и т.д. Но до сих пор отсутствует какая-либо единая классификация видов материалов,

использующих игровые элементы. Поэтому в этом параграфе мы рассмотрим различные подходы теоретиков и исследователей СМИ к классификации геймифицированных материалов в онлайн-медиа. Например, Л. В. Козлова и А. Ф. Иванько в научной статье «Геймификация СМИ: новостные игры» классифицируют проекты по степени вовлечения читателя. Первым уровнем вовлечения они называют «сервисы ленивого авторства» — сюда относят различные опросы, анкеты, рейтинги, игровые тесты, а также интерактивную инфографику. Ко второму уровню вовлечения авторы относят «новостные игры», которые мы более подробно изучим в следующем параграфе. Они предполагают виртуальное участие в ключевых событиях, фигурирующих в новостях.

Другой подход к классификации геймифицированных проектов представляет А. С. Салин. Он разделяет их на проекты альтернативной реальности (ARG — *Alternative Reality Games*) и проекты виртуальной реальности. «Отличие заключается в том, что проекты альтернативной реальности (ARG) — вводят игрока в реальный мир, представляя собой антиэскапизм, а проекты виртуальной реальности способствуют эскапизму, уводят игрока из реального мира». По мнению автора статьи, геймификацию следует причислять к проектам альтернативной реальности, которые по степени погружения игрока-читателя делятся на три категории: «Если перечислить разновидности ARG по усилению в них погружения, то выстроится следующий ряд: эмбиент-игры, первазивные игры, иммерсивные игры» [Салин, 2015]. В своей работе он утверждает, что эмбиент-игры представляют собой деятельность, которую легко можно совмещать с другим занятием, такие игры служат своеобразным фоном (например, «Шагомер»). «Первазивные игры в целом по своей механике мало чем отличаются от эмбиент-игр. Их отличает только то, что они предполагают активное погружение игроков на протяжении всего хода. Эти игры не могут потерять статуса фигуры и просто перейти на второй план» [Салин, 2015]. А иммерсивные игры (примером может послужить популярная игра *Pokemon Go*) представляют собой по мнению автора «не

игру», которая нужна для того, чтобы «представлять сообщение как нечто непосредственное, неигровое и “реальное”» [Салин, 2015].

Следующего подхода придерживается в своём видеокурсе по геймификации Кевин Вербах. Он берет за основу классификацию британского разработчика и исследователя игр Ричарда Бартла. Согласно его теории, игры делятся по типам игроков: «убийцы», «покорители», «социализаторы» и «исследователи» — «первая категория игроков стремится занять первые места в рейтингах, последние две — стремятся найти новые контент и взаимодействовать с другими пользователями» [Вербах, 2015].

Е. Ю. Лобановская в своей работе рассматривает разные классификации компьютерных игр для того, чтобы определить наиболее подходящую из них для геймификации в медиа. В итоге она выбирает классификацию А. А. Кирилёва по игровым действиям, которые наиболее часто выполняет игрок, и, основываясь на ней, разделяет геймифицированные продукты в СМИ на игры информации, игры действий и игры контроля. Другие рассмотренные классификации, например, по целям игрока, не дают точной характеристики каждого жанра. Именно поэтому классификация по игровым действиям является наиболее подходящей и развёрнутой жанровой характеристикой игр. Рассмотрим более подробно, что представляют собой игры информации, контроля и действий.

Игры информации дают возможность игроку изучать мир, общаться с другими, получать информацию. Принимая участие в таких играх, пользователь решает головоломки, участвует в викторинах, отвечает на вопросы. К данному жанру относятся классические тесты, хронологические тесты, ролевые тесты, географические игры, тесты со свободным ответом, игры на выбор, игры на сопоставление, игры-гадания, игры-рейтинги. Именно этот жанр является наиболее используемым в онлайн-медиа, так как создание таких форматов не является чем-то затруднительным, потому что сегодня существуют разные платформы, на которых возможно создание

геймифицированного материала, помощь профессиональных разработчиков игр в таких случаях не обязательна.

В играх действиях нужно соревноваться, перемещаться в пространстве, использовать технику и оружие. Сюда можно отнести симуляторы, скроллеры, аркады, платформеры и т.д. Игры в таком жанре чуть менее популярны в СМИ, потому что создание многофункциональных и сложных игр трудозатратнее, чем создание примитивных игр и различных тестов, более того, издания не всегда обладают достаточными средствами для реализации геймифицированных материалов в таком жанре. Но, не смотря на не столь частое использование этого жанра, форматы таких игр разнообразнее, чем игры информации. Например, игры действий в СМИ часто используют для розыгрыша подарков и призов, а также для создания партнёрских материалов.

И последнее, что входит в эту классификацию, это игры в жанре контроля. Они предназначены для командования, управления и распределения средств. В онлайн-медиа к такому жанру можно отнести стратегии, текстовые и карточные игры. Из названия можно понять, что такие игры выполняют функцию контроля, то есть читателю нужно контролировать процессы, происходящие в игре, продумывать тактику, использовать логику для решения задач. Игры в жанре контроля реже всего представлены в качестве геймифицированных материалов в онлайн-медиа, это тоже связано с трудностями при создании таких игры.

Еще одну классификацию геймифицированных материалов выделяют М. В. Басова и В. Е. Беленко. По их мнению, следует разделять зарубежные и русскоязычные проекты: «Учитывая различия специфики внедрения геймификации на сайтах отечественных и зарубежных СМИ, создать универсальную классификацию не представляется возможным» [Басова, 2017]. Таким образом, классифицируя геймифицированные англоязычные проекты в СМИ, они выделяют пять групп:

- геймификация;
- новости в игре (news games);

- серьёзные игры (serious games);
- не журналистика (бизнес, и проекты из других сфер);
- классические видеоигры.

В основе каждой группы их классификации лежит определенный критерий деления. К примеру, факт публикации геймифицированного материала на платформе того или иного интернет-СМИ уже является критерием для его определения в группу «чистой» геймификации.

Новости в игре (news games) — это компьютерные игры, которые обычно имеют дело с общественностью. Их цель — объяснить или прокомментировать текущие новости. Геймификация же не пытается создать игру в чистом виде, а просто использует элементы игры на цифровых площадках.

Серьёзные игры (serious games) изменяют поведение аудитории, её отношение к той или иной социальной проблеме. Такие проекты стремятся к формированию новых привычек. [Басова, 2017].

Более того, М. В. Басова и В. Е. Беленко также выделяют такие геймифицированные материалы, которые могут соединять в себе как «серьёзные», так и «новостные» игры. В следующем параграфе мы изучим новостные игры более подробно.

Все русскоязычные геймифицированные проекты исследователи в своей классификации предлагают разделять лишь на региональные и федеральные.

1.6 Новостные игры в контексте геймификации

Одним из примеров комплексов элементов геймификации являются новостные игры. Они являются чуть более сложным продуктом геймификации, чем, например, обучающие приложения, потому что должны иметь не только хорошо составленную систему из игровых элементов, перечисленных в одном из предыдущих параграфов, но и должны вписываться в инфоповод.

Новостная игра трансформировала требующий длительного чтения аналитический материал в цепочку небольших, но емких заметок, поэтапно

раскрывающих суть проблемы с помощью визуальных и звуковых средств для пользователя путем интерактивного взаимодействия с последним.

Между полноценной новостной игрой и в чистом виде новостью некоторые эксперты отдельно отмечают, так называемые, «сервисы ленивого авторства» [Иванько, 2016]. Неполноценность последних объясняется преимущественно тем, что часть материала, которым они делятся с читателем, представляет собой в чистом виде факт, самостоятельно обрабатывая который, получатель уже формирует для себя полную информационную картину.

«Новостная игра — видеоигра, целью которой в первую очередь является осмысление ее контекста — реальной ситуации, которую символически транслирует игра». Данное определение выведено из статьи В. А. Савицкого, который основывается на том, что первоочередно противопоставляет новостные игры компьютерным, как замкнутым системам, не предполагающий другой реальности, кроме их собственной [Шитенко, 2015].

С играми читатель взаимодействует напрямую, поэтому они иной раз объясняют сложные взаимосвязи лучше привычных массивов текста. Из определения, которое нам даёт Савицкий, мы можем почерпнуть важный тезис о том, что новостные игры помогают объяснить сложные взаимосвязи. Это важно, поскольку традиционно считается, что из-за отсутствия в новостных играх такого важного элемента геймификации как «наличие обязательного рутинного процесса, который становится основой геймификации», они ею не являются. Тем не менее, когда игра образовывает или поясняет, она фактически перестаёт быть только развлечением.

Чтобы конкретизировать определение, которое даёт Савицкий, и внести ясность по выбираемому для данной работы материалу мы установим более прозрачное определение новостной игры. И будем определять новостную игру как игру, созданную по мотивам актуального информационного повода.

Ян Богост, гейм-дизайнер и один из теоретиков News games, в своей книге делит «новостные игры» на поджанры [Богост, 2010]. Им предложена следующая классификация:

— Игры-таблоиды. Цель таблоидных игр собрать наибольшее количество просмотров, поэтому авторы таких публикаций обращаются к скандальным, широко обсуждаемым темам.

— Документальные игры. В основе таких материалов лежит не только компьютерная графика, но и фото- и видеоконтент. В процессе игры пользователь встает на место автора и сам проводит расследование.

— Репортажные игры коммуницируют с пользователем не на языке экспертов или очевидцев, а с помощью воссоздания проблемы в игровом пространстве. Они имитируют реальную среду, которую исследовал журналист, а теперь может изучить каждый игрок. Чаще всего в таких играх используется только компьютерная графика.

— Редакционные игры и игры-колонки могут быть похожи на другие виды игр. Их цель — обозначить проблему или явление, которые считаются редакцией или автором значимыми. Через этот вид игр создатели выражают собственную реакцию.

— Игры-задачи проверяют ловкость и эрудицию читателя, чаще всего в их основе не лежит исследование глубоких проблем. Такие виды давно знакомы читателям, среди них кроссворды, конкурсы, шарады.

— Игры-инфографика. В основе игры лежит цель преподнести информацию быстро и четко с помощью графического способа оформления данных.

— Комьюнити-игры призваны привлечь внимание и создать диалог вокруг важной ситуации, события или явления.

При всех широких возможностях для применения новостных игр, стоит чётко прояснить следующее. Во-первых, новостные игры только один из способов предоставления актуальной и общественно-значимой информации. Во-вторых, новостные игры не единственная производная процесса геймификации СМИ. Более того, не все теоретики сходятся во мнении, что любая игра, выходящая на ресурсах СМИ, по умолчанию является новостной,

равно как и можно оспорить, что такая игра может себя позиционировать, как полноценный геймифицированный продукт.

Объяснение такой дихотомии следующее. Как мы уже вычленили выше, геймификация видоизменяет рутинное действие, направленное на конкретную неигровую цель. Если акцентировать внимание именно на последнем, то здесь есть потенциальное расхождение. Дело в том, что человек, которого с помощью анонса игры побудили в ней почувствовать, воспринимает её как чистую игру, а не как способ получить новую для него информацию удобным способом. То есть о неигровой цели в виде потребления новостей, со стороны участника, мы говорить не можем, пользователь без этого намерения погружается в локальное игровое пространство с актуальным содержанием. Однако если рассмотреть тот же пример под другим углом, со стороны самого СМИ, которому для исполнения своих первоначальных функций нужно донести определенную информацию до читателя, выделив отдельно процесс доставки, и рассматривая его, как привычное для производителя рутинное действие с неигровой целью, мы можем сделать предположение о геймификации этого процесса, в том числе, если конечный его результат представлен в формате игры. Таким образом, если взглянуть на взаимодействия человека с игрой, как на процесс взаимодействия со СМИ, то мы имеем основания заключить, что он в этом случае геймифицирован.

1.7 Функции геймифицированных материалов интернет-журналистики

Исследователи М. В. Басова и В. Е. Беленко в своей работе «Геймифицированные практики современных СМИ» называют три основных функции геймифицированных материалов: увеличение глубины погружения в материал; самопиар издания; игра (тест) как инфоповод. Рассмотрим их подробнее.

Увеличение глубины погружение в материал. Как уже было написано ранее, медиасреда переполнена различной информацией, количество которой многократно превышает объём её возможного потребления. Аудитория не может и не хочет воспринимать весь предлагаемый ей материал. И. И. Волкова называет это «коммуникативной усталостью», то есть происходит возрастание ощущения нехватки времени. «Привлечь внимание аудитории в этих случаях можно способом подачи передаваемого сообщения. Форма игры или теста одна из самых эффективных, так как информация, подаваемая через игру, воспринимается на подсознательном уровне, а мозг человека не напрягается при её получении» [Волкова, 2013].

Самопиар издания. Ежедневное привлечение аудитории на свою страницу — одна из основных задач любого издания. Для этого необходимо создавать оригинальный контент, который будет привлекать пользователей, и возвращать их на интересующую страницу. Форма игр здесь также эффективна, особенно в региональной журналистике, где не так много инфоповодов.

Игра как инфоповод. Отличным примером такой функции послужит проект «Пиратская рыбалка», о котором писали не только профильные сайты, но и СМИ-конкуренты телеканала «Al Jazeera». В этом случае, игра стала инфоповодом, чем привлекла дополнительную аудиторию на сайт. Важным уточнением считается то, что игра принесла 80% новых читателей на интернет-ресурс телеканала «Al Jazeera».

Еще об одной функции, не названной выше, говорит Д.А. Устюжанина в учебном пособии по интернет журналистике: «Геймификация может быть одной из составляющих интерактивности. Интерактивность — это двустороннее взаимодействие производителя и потребителя контента. Игровые элементы дают возможность взаимодействовать с интерфейсом, другими пользователями, материалом, начиная от того, что читатель кликает на варианты ответов в викторине, и заканчивая тем, что он погружается в виртуальное пространство видеоигры на сайте СМИ» [Устюжанина, 2019].

Помимо рассмотренных функций, выделим ещё несколько функций, которые выполняют геймифицированные материалы:

— Рекреационно-гедонистическая функция. Благодаря играм и тестам человек отвлекается от рутинных дел и таким образом отдыхает, снимает напряжение, параллельно получая новую информацию. Нередко издания при создании игр ставят целью только развлечь свою аудиторию. Например, игра «Медузы», которая вышла в конце 2020 года, «Это я в 2020-м!» Мем-конструктор «Медузы». Это конструктор, с помощью которого можно собрать свой образ в 2020-м по кусочкам. Пользователь должен выбрать место, персонажа в роли себя и героя картины под популярной надписью 2021 года «Directed by ROBERT V. WEIDE». Далее получившимся результатом можно поделиться в социальных сетях.

— Рекламно-справочная функция. Тесты и игры часто создаются изданиями как партнёрские или полностью рекламные продукты. Эта форма позволяет привлечь не только аудиторию, но и рекламодателей, которые хотят оригинально представить свой продукт или услугу. В отечественной журналистике одними из первых стало использовать игру в качестве партнерских материалов издание «Медуза». Например, на сайте издания есть тест «Эта монета что-нибудь стоит? А вот эти редкие часы?». Данный тест сделан совместно с девелопером из Грузии Alliance Group о том, как отличить хорошие инвестиционные идеи от сомнительных.

— Культурно-просветительская функция. С помощью игры можно преподнести различную информацию, которую человек легко воспримет. Так, разные издания нередко публикует тесты на тему культуры, науки и образования.

Таким образом, геймифицированные материалы выполняют ряд функций. Они привлекают аудиторию на сайт, могут сами быть инфоповодом, являются эффективной формой подачи сложной информации. Геймификация — это форма подачи сообщений, которая выделяет издание из других конкурирующих СМИ. Благодаря геймифицированным материалам журналист может просто и

доступно донести информацию. Наконец, геймифицированные журналистские продукты могут быть одной из форм подачи рекламной информации.

Выводы по главе 1

На сегодняшний день медиaproстранство переполнено различными материалами, количество которых многократно превышает объём их возможного потребления. Внимание аудитории уже привлекает не информация, а способ её подачи, поэтому изменяется подход к созданию контента. Перед журналистами стоит новая задача — создавать материалы, которые пользователи будут активно распространять. Одним из работающих инструментов для привлечения и удержания аудитории в онлайн-медиа является геймификация.

Изучив работы исследователей по теме геймификации в онлайн-медиа, можно заключить, что геймификация в целом — это использование игровых элементов в неигровых контекстах. А геймификация в СМИ — это применение игровых элементов в самой драматургии журналистского произведения, с целью привлечения к потреблению новостного контента молодой аудитории и упрощения рутинных процессов, сложных (с точки зрения понимания) для аудитории.

Если в зарубежном научном пространстве учёные придерживаются одного термина, то в отечественной науке исследователи данного вопроса не пришли к единому терминологическому аппарату. В российских работах можно встретить следующий набор обозначений: «геймиризация», «игроификация», «игрореализация», «игроизация», «играизация», однако термин «геймификация» всё же получил наибольшее распространение.

Каждый геймифицированный продукт имеет особые характеристики:

- наличие рутинного процесса;
- присутствие прогрессии, наличие цели и маршрута для достижения данной цели;

— система наблюдения за действием, а также за его результатом и собственным поведением в процессе игры дает возможность внести корректировки.

Эффективность геймифицированного продукта зависит не столько от использования стимулирующих элементов, сколько от продуманности внутренних элементов системы в целом и ее структурных элементов. Вышеперечисленные пункты служат опознавательными знаками, признаками геймифицированного продукта. Они позволяют отсортировать другие игровые технологии от геймификации, а геймификацию от обычной игры. Фактически, признаки геймификации, это преобразованные характеристики игры. А сама геймификация — это имитация игры с преобразованной целью.

Любая система геймификации состоит из игровых элементов, которые можно соединять в разные комбинации по цели игры. Но не всегда введение игровых элементов вызывает интерес аудитории. Тогда помогают игровые механизмы. Только при объединении игровых элементов и механизмов получается успешная модель геймификации, которая может заинтересовать всех «игроков». Существует три категории игровых элементов, применяемых в геймификации: динамики, механики и компоненты.

Основными функциями геймифицированных материалов являются культурно-просветительская, рекреационно-гедонистическая, рекламно-справочная, образовательная, а также функции самопиара, увеличение глубины погружение в материал и «игра как инфоповод».

2 Особенности геймифицированного контента в современных онлайн-медиа

Для выявления ведущих форматов журналистских геймифицированных материалов, а также для нахождения формальных и содержательных структурных элементов, характерных для материалов интернет-СМИ с внедрением геймификации, в работе предлагается провести анализ изданий,

регулярно использующих геймификацию в создании контента. Издания должны соответствовать нескольким критериям:

- постоянное производство геймифицированного контента наравне с новостными публикациями;
- использование одного или нескольких форматов геймифицированного контента;
- геймифицированные материалы издания должны представлять практическую ценность — содержать какую-либо новую и актуальную информацию.

Таким образом, в соответствии с заданными критериями были отобраны четыре издания: два русскоязычных и два зарубежных. Это Meduza, «РИА Новости», The New York Times и The Guardian. Этих изданий достаточно для того, чтобы выявить все ведущие форматы геймифицированных материалов и отразить все элементы геймификации при подаче контента в СМИ.

2.1 Анализ геймифицированного контента издания Meduza

Среди российских онлайн-медиа очевидный чемпион по внедрению геймификации — сетевое издание Meduza. В неделю редакция публикует 3-4 геймифицированных материала. Каждый такой материал представляет собой отдельное веб-приложение, за его созданием стоит команда из редакторов, дизайнеров и разработчиков. Геймифицированные материалы всегда соответствуют новостной повестке, и появляются в результате реакции журналистов не только на политические и социально значимые события. Темами игр становятся исторические события, ситуации из мира искусства, кино, литературы. Помимо этого, редакция издания предлагает использовать игру в качестве формата нативной рекламы. Meduza — законодатель тенденций в российской интерактивной журналистике. Идеи для геймифицированных материалов в редакции тщательно обдумываются, на это затрачивается немало

ресурсов. Стоит отметить, что смысловое содержание в этих проектах иногда даже уступает продуманной и интересной игровой форме.

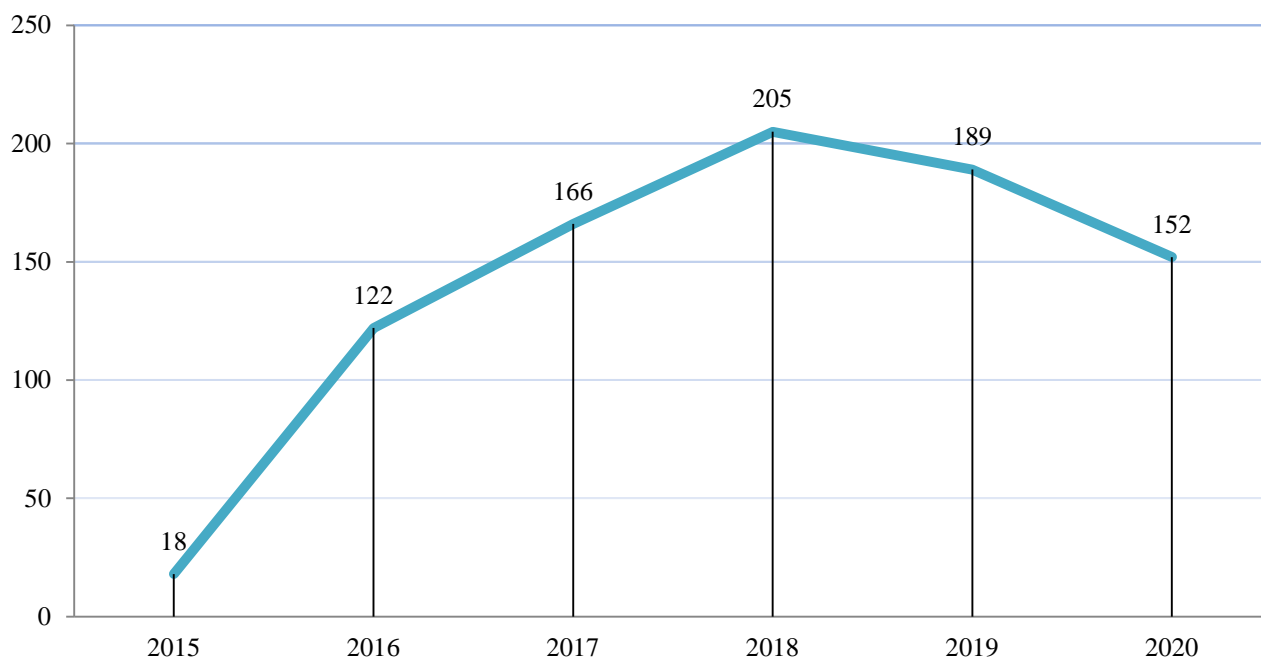


Рисунок 3 — количество геймифицированных материалов в издании Meduza по годам

Первая новостная игра появилась на сайте «Медузы» 17 февраля 2015 года: «А был ли «Оскар» Игра для тех, кто разбирается в фильмах» — и была приурочена к премии «Оскар». Примечательная особенность её в том, она приуроченная к конкретному поводу, но, несмотря на это, из-за регулярности повода, игру можно публиковать во время каждой премии «Оскар», потому что сценарий её не привязан к конкретному времени. Состоит игра в том, что за определенное количество времени необходимо угадать, есть ли у того или иного актёра «Оскар» за роль первого или второго плана. В итоге пользователь может увидеть свой результат и место в «рейтинге» других пользователей. Фактически, игра является усложнённым тестом. С тех пор у портала появилась отдельная рубрика «Игры» и они начали выходить регулярно.

За всё время, а именно с февраля 2015 г. по май 2021 г. на сайте было опубликовано 884 геймифицированных материала. Количественная сводка по годам представлена выше в линейном графике. Количество геймифицированных материалов за 2021 год сознательно не включено в

график, так как материалы за этот год во время исследования выпущены только с января по май, и их количество нецелесообразно сравнивать с другими годами. По графику можно заметить, что количество материалов увеличивалось с каждым годом впредь до 2018 г, в тот год в месяц выходило в среднем по 17 материалов, с 2019 года количество выпускаемых геймифицированных материалов стало уменьшаться, но не значительно.

Чтобы проанализировать форматы геймифицированных материалов, круг тем, информационные поводы, функции и элементы геймификации, был проведён контент-анализ.

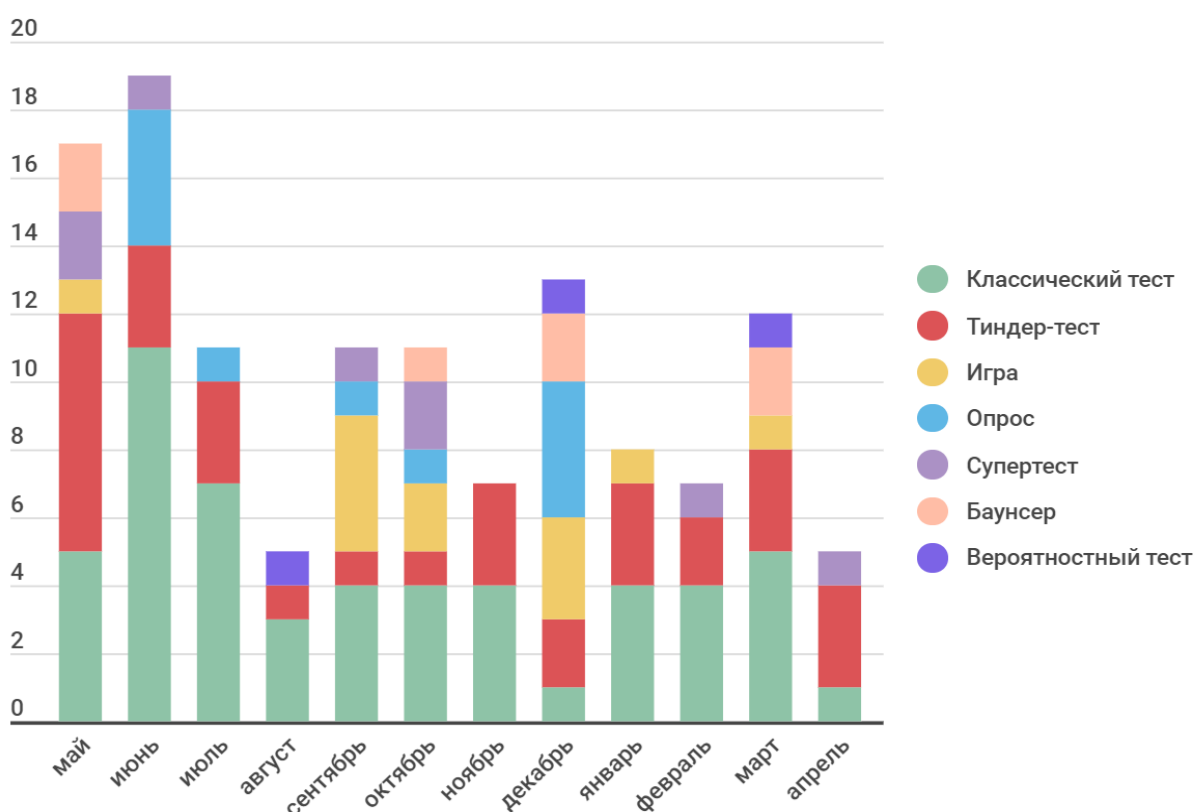


Рисунок 4 — количество геймифицированных материалов в издании Meduza с мая 2020 г. по май 2021 г.

Для того чтобы наиболее точно отразить актуальные данные, мы решили проанализировать все геймифицированные материалы за последний год, таким образом хронологические рамки контент-анализа составили период с мая 2020 года (включительно) по май 2021 года, т.е. 12 месяцев. Генеральная совокупность составляет 126 материалов и совпадает с выборочной,

следовательно, выборка — сплошная. Единицей анализа является отдельный геймифицированный материал. Категории анализа и полную таблицу можно посмотреть в приложении Б.

Количество геймифицированных материалов в месяц варьируется от 5 до 19, наибольшее количество материалов вышло в июне, это связано с тем, что в это время было больше информационных поводов для создания такого контента. Периодичность выхода материалов хаотичная, иногда они публикуются каждый день, но бывает, что промежуток между ними достигает неделю.

Султан Сулейманов директор по инновациям «Медузы» в одном из материалов рассказал: «Когда мы только начинали делать игры и тесты, каждая из них была целым событием — не только по факту выхода, но и в плане подготовки. Приходилось с нуля придумывать логику игры, структуру разных экранов на ней, рисовать новый дизайн, писать код и как-то встраивать на сайт получившийся результат. Чем больше становилось игр (и чем регулярнее их хотелось делать), тем важнее становился вопрос формализации процесса». Таким образом редакция «Медузы» пришла к тому, что научилась использовать одни и те же элементы снова и снова, а повторяющиеся механики создавать вообще без участия разработчиков. Так появились основные игровые форматы на сайте. Например, даже если механика игры остается такой же, материал всегда выглядит по-разному. Меняются цвета, стиль графики, шрифт, это помогает создавать новое на основе того, что уже разработано.

Проанализировав 126 материалов, было выявлено 7 основных форматов: классический тест, тиндер-тест, игра, опрос, супertest, баунсер и вероятностный тест. Их соотношение представлено на рисунке 5. У каждого формата своя механика и компоненты. Подробно разберем каждый формат и приведем пример геймифицированного материала.

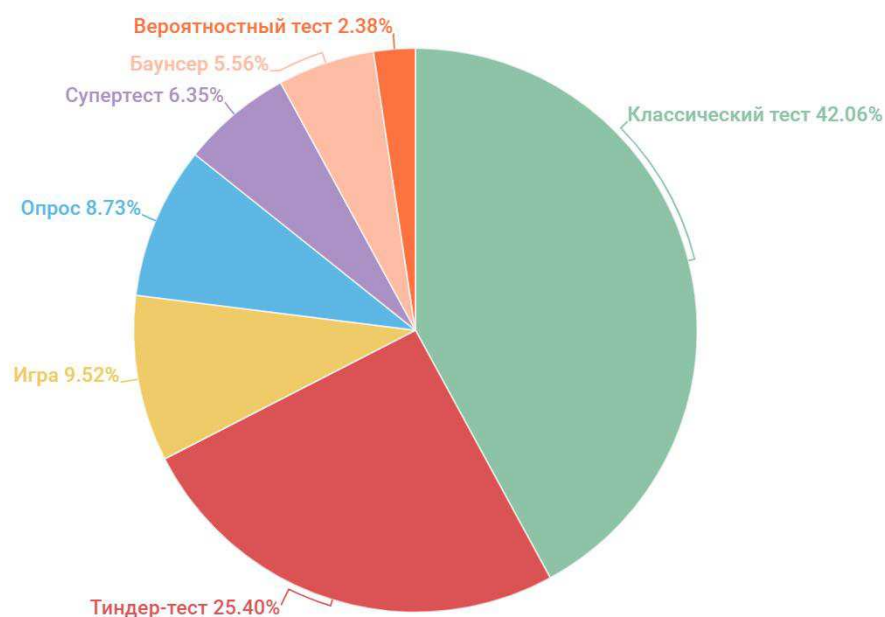


Рисунок 5 — соотношение форматов геймифицированных материалов в издании Meduza с мая 2020 г. по май 2021 г.

Самым популярным форматом оказался классический тест, за год их вышло — 53, что составляет 42% от общего количества материалов. Тест — это самый простой формат, в котором читателю задают серию вопросов с несколькими вариантами ответов. Один из вариантов всегда правильный. В среднем, журналисты предлагают ответить на 8-10 вопросов. Максимальное отмеченное количество вопросов в классическом тесте — 13. Отвечая на вопрос, пользователь получает следующую информацию: как проголосовали за тот или иной вариант ответа другие пользователи в процентном соотношении, правильно ли проголосовал сам пользователь, объяснение, какой вариант ответа был правильным и почему. В конце теста подсчитываются результаты, которые в дальнейшем можно опубликовать на страницах в социальных сетях. Тем самым соблюдаются главные признаки геймифицированного материала в СМИ: пользователь прилагает усилия для достижения цели; в тесте есть способы поощрения игрока, а именно: возможность рассказать о своём результате друзьям в социальных сетях; создаётся конкуренция за счёт публикации в каждом вопросе процентного соотношения пользователей,

ответивших тем или иным образом; счётчик ответов позволяет отследить, насколько хорошо пользователь разбирается в теме представленного теста.

Разберём пример классического теста под названием «Тусовка или туфта? Тест про лагерный жаргон, который мы используем в повседневной речи. Это еще нужно постараться, чтобы найти выражение, где его нет!»:

— Дата публикации: 07.02.2021;

— Информационный повод: музей истории ГУЛАГа и Фонд Памяти опубликовали словарь лагерной лексики, который бывший узник ГУЛАГа Леонид Городин составлял на протяжении двадцати лет;

— Тематика: русский язык;

— Вид теста: лексический;

— Элементы геймификации: проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); 10 вопросов; 4 варианта ответа, один правильный с подробным объяснением; неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

— Функция: рекламно-справочная, тест подготовлен вместе с Музеем истории ГУЛАГа. В конце теста рекламные ссылки на дополнительные материал по теме.

Следующий по популярности формат — тиндер-тест, за год вышло 32 материала в таком формате, что составляет 25% от общего количества материалов. Тиндер-тест — это игра на выбор, где есть только два варианта ответа, причем одинаковых для всех вопросов. Механика получила такое название благодаря жестам смахивания, которыми можно отвечать на вопросы. Тиндер-тест может быть на время — или на вылет, до первого неправильного ответа. Если игра на время, то игроку даётся, в большинстве случаев, 60 секунд. Он должен выбрать из двух вариантов один правильный. За каждый корректный ответ пользователь получает балл. Задача игрока собрать как можно больше баллов за минуту. Вопросов в таком формате значительно больше, в среднем их от 15 до 25, максимальное количество вопросов — 48.

Разберём пример тиндер-теста под названием «Риал, туман, а может, динар? Тест по деньгам, которые после карантина даже можно будет подержать в руках»:

- Дата публикации: 09.05.2020;
- Информационный повод: В Иране меняют название национальной валюты с «риал» на «туман»;
- Тематика: экономика;
- Вид теста: познавательный;
- Элементы геймификации: очки; 24 вопроса; 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; игровое время неограниченно; шкала прохождения отсутствует; механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой;
- Функция: культурно-просветительская.

Другой формат, который используется на Медузе это опрос. Опрос — это механика, где нет правильных ответов и страницы с результатами. Читатели просто отвечают на серию вопросов, а редакция их анализирует. За год было опубликовано 11 опросов, это почти 9% от всех геймифицированных материалов. В данном формате может быть представлен как один вопрос, так и 20, а количество вариантов ответов варьируется от 2 до 11, здесь нет определенных рамок.

Разберём пример опроса под названием «Маску все еще носите? На парад Победы пойдете? А голосовать? Расскажите нам, как относитесь к окончанию карантина»:

- Дата публикации: 16.06.2020;
- Информационный повод: Решение о снятии карантина;
- Тематика: коронавирус;
- Вид теста: характеризующий;

— Элементы геймификации: проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); 12 вопросов; от 2 до 4 вариантов ответа, правильного нет, ответ пользователя должен отражать его взгляды на определенный вопрос;

— Функция: опрос создан для анализа мнения аудитории.

Еще один формат — супертест. Это усложненная версия классического теста. Тут уже нет правильного варианта ответа, зато у каждого ответа есть определённое количество баллов. В итоге считается сумма, и выдаётся соответствующий результат. Супертесты подходят, например, для морально-этических игр, где нет правильного варианта, но ответы человека отражают его взгляды на какой-то вопрос. Также такие тесты можно назвать персонифицированными, так как ответы на вопросы не требуют осведомленности читателя издания, поскольку в тестах нет правильных и неправильных ответов, каждый ответ — личный выбор читателя. Чаще всего такой формат имеет именно развлекательную функцию. За год геймифицированных материалов в таком формате вышло 8, что составляет чуть больше 6% от всего количества.

Разберём пример супертеста под названием «Как выбрать, кого лечить, а кого нет? Допустимо ли устраивать митинг во время эпидемии? Этический тест от «Медузы» и InLiberty Карантин заканчивается — но дилеммы остаются»:

— Дата публикации: 10.06.2020;

— Тематика: этика;

— Вид теста: этический;

— Элементы геймификации: проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); 10 вопросов без правильного ответа; ответы на вопросы устроены так, что на одном полюсе оказываются этические суждения, которые продиктованы соображениями морального долга (эти принципы часто называют деонтологическими и связывают с именем Канта). На другом — утилитаристские, основанные на соображениях о максимальной пользе для максимального числа людей; неограниченное игровое время; присутствует шкала прохождения; результатом теста можно поделиться в социальных сетях;

— Функция: культурно-просветительская.

Следующий оригинальный формат геймифицированных материалов — баунсер. Это механика, в которой есть только два варианта ответа, но центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра. Она отклоняется то влево, то вправо в зависимости от ответов, от положения стрелки зависит итоговый результат. По-другому такой формат можно назвать игра-рейтинг. Чаще всего такие форматы созданы для того, чтобы пользователь смог оценить своё поведение, состояние или мнение, а также поделиться с ним со своими подписчиками в социальных сетях. Материалов в таком формате вышло 7, это 5,6%.

В качестве примера баунсера разберем материал под названием «Сильно ли вы зависимы от сериалов? Сейчас выясним. Осталось всего лишь ответить на 86 вопросов»:

— Дата публикации: 28.05.2020;

— Информационный повод: выход подкаста под названием «Чего бы посмотреть»;

— Тематика: фильмы, сериалы и шоу;

— Вид теста: характеризующий;

— Элементы геймификации: правила: написано название сериала, нужно ответить, смотрел ли пользователь этот сериал, «смотрел» — это хотя бы одна серия; 86 вопросов; результатом теста можно поделиться в социальных сетях;

— Функция: рекреационно-гедонистическая.

И самый редко используемый формат, но не менее интересный, чем все остальные — это вероятностный тест. Это самая сложная вариация тестов, которая напоминает текстовые квесты. Чтобы выиграть, пользователю необходимо отвечать на вопросы и решать задачи, при этом следить за определёнными показателями. У каждого варианта ответа в каждом вопросе есть какое-то количество исходов, выпадающих с разной вероятностью, таким образом, каждое решение игрока может привести к неожиданному результату, например, вероятностный тест может закончиться в любой момент, когда игрок

либо выбирает неверную тактику, либо не справляется с решением определённой задачи. Такие текстовые игры помогают игроку понять, как он будет вести себя в той или иной ситуации, пользователь решает реальные задачи, используя логику и прослеживая тактические ходы. При этом они получают реальную информацию и играют определённые роли.

Разберём пример вероятностного теста под названием «Вы переезжали в другой город, но оказались на улице. Попробуйте продержаться как можно дольше»:

— Дата публикации: 30.03.2021;

— Информационный повод: день бездомного человека;

— Тематика: социальные проблемы;

— Вид теста: партнерский (тест создан вместе с благотворительной организацией «Ночлежка»);

— Элементы геймификации: 7 вопросов; от 2 до 3 вариантов ответа, правильного или неправильно нет, нужно выбирать то, что больше подходит игроку; у каждого варианта ответа в каждом вопросе есть какое-то количество исходов, выпадающих с разной вероятностью; очки (могут прибавляться или убавляться после каждого ответа); игровое время неограниченно; присутствует шкала прохождения; результатом теста можно поделиться в социальных сетях; ссылки на партнёрские материалы;

— Функция: рекламно-справочная.

Оставшиеся геймифицированные материалы не подходили ни к одному из форматов, все они имели свою определенную механику, правила и цель. Поэтому мы объединили их в категорию «игры». Такие материалы имеют больше развлекательную функцию, чем информационную, но всегда привязаны к определенным инфоповодам. За год вышло 12 игр, что составляет 9,5% от общего числа геймифицированных материалов. Например, «Медуза» создает игры по типу классической «змейки», «Flappy Bird», «три в ряд» и по типу головоломки «2048».

Так, 30 декабря 2020 г. вышла игра «Облачно, возможны осадки в виде оливье». Новогодняя игра в «линии», но про салат. Здесь нужно нарезать очень (очень!) много оливье». Пользователю нужно настрогать как можно больше ингредиентов за 60 секунд. Чтобы нарезать — надо составить как минимум три ингредиента в один ряд (три колбаски, три картошечки и так далее). Продукты схлопнулись, упали в таз, потом нарежете еще таз, и еще. До тех пор, пока не истекло время. В игре бесконечное количество уровней, на новый игрок переходит после того, как наберёт нужное количество очков.

11 марта 2021 года вышла игра «О Твиттер, притормози! Почувствуйте себя Роскомнадзором — и попробуйте замедлить твиттер. Хочется верить, ничего не получится!». В игре пять уровней. На первом необходимо «захватить» 70% поля, на втором — 75%, далее — больше и больше. Пользователь должен двигать квадратом с логотипом РКН, чтобы замедлить твиттер. Также здесь ограниченное число попыток (3 жизни). Управлять можно кнопками клавиатуры или свайпами на мобильном устройстве. Это классическая аркада — змейка.

Также в интернет-издании «Медуза» существуют игры, сделанные по принципу скроллеров: это игровой процесс, во время которого экран непрерывно движется в одну сторону. Например, 18 сентября 2020 года к выходу в прокат фильма «Довод» на сайте издания вышла игра «Сейчас мы вас инвертируем! Да-да, как в «Доводе» Игра «Медузы» по мотивам фильма одного гения». Пользователь должен нажимать на мышку или на экран и держаться на нужном уровне. Задача — пролететь весь день, не задев ни одного столба и заработать 24 очка.

Таким образом, в неделю редакция публикует 3-4 геймифицированных материала, которые всегда соответствуют новостной повестке, и появляются в результате реакции журналистов не только на политические и социально значимые события.

Таблица 1 — Тематика геймифицированных материалов в издании Meduza.

Тематика	Кол-во материалов	% от общего числа материалов за год
Общая эрудиция	12	9,5
Музыка	12	9,5
Фильмы, сериалы и шоу	11	8,7
Русский язык	10	7,9
Политика	8	6,3
Искусство и культура	7	5,6
Литература	7	5,6
Познай себя	7	5,6
Путин	6	4,8
История	5	4
Экономика	5	4
Города и страны	5	4
Интернет	5	4
Коронавирус	5	4
Итоги года	4	3,2
Здоровье	3	2,4
Школьная программа	3	2,4
Новый год	3	2,4
Новости разных лет	2	1,6
Животные	2	1,6
Экология	1	0,8
Социальные проблемы	1	0,8
Правовые нормы	1	0,8
Этика	1	0,8

Темами игр становятся исторические события, ситуации из мира искусства, кино, литературы. Круг тем очень широкий, это подтверждает тот факт, что с помощью геймификации можно подать материалы любой направленности, начиная от каких-либо интересных фактов, заканчивая серьезными политическими и экономическими новостями. Информационными поводами для создания геймифицированных материалов выступают определенные события, памятные даты, высказывания чиновников и других должностных лиц, а также выходы материалов на «Медузе», например, в качестве анонса к подкастам и шоу выходит классический тест. Главной функцией геймификации чаще всего является информационная функция. С помощью игровых элементов журналист рассказывает о том или ином событии, факте, проблеме. Однако можно выделить и другие функции

геймифицированных материалов в издании Meduza, так, основная функция материала может быть: рекреационно-гедонистическая, рекламно-справочная, культурно-просветительская и образовательная. Основные элементы геймификации, которые использует издание это: проценты (процентное соотношение ответов всех игроков), ограниченное и неограниченное игровое время, шкала прохождения, очки, обратная связь (возможность поделиться результатом в социальных сетях), правила, задачи и цель.

2.2 Анализ геймифицированного контента издания «РИА Новости»

«РИА Новости» одним из первых русскоязычных СМИ стало предпринимать попытки геймифицировать контент, и его можно считать флагманом отечественной геймификации в СМИ.

Первый геймифицированный материал появился на сайте ria.ru 7 июля 2008 года: «Я родился на улице тишайшей...» — и был приурочен к юбилею писателя Василия Аксёнова. Это материал в виде классического теста, суть которого заключается в том, что необходимо угадать те или иные факты из биографии писателя. Если пользователь выбирает неправильный ответ, ему показывается верный с предысторией. С тех пор у портала появился отдельный тег — «тесты», и они начали выходить относительно регулярно. В 2016 году добавился еще один тег — «викторины», там находятся абсолютно идентичные материалы, классические тесты с такой же механикой. За всё время, а именно с июля 2008 г. по май 2021 г. на сайте ria.ru был опубликован 921 геймифицированный материал. Количественная сводка по годам представлена ниже:

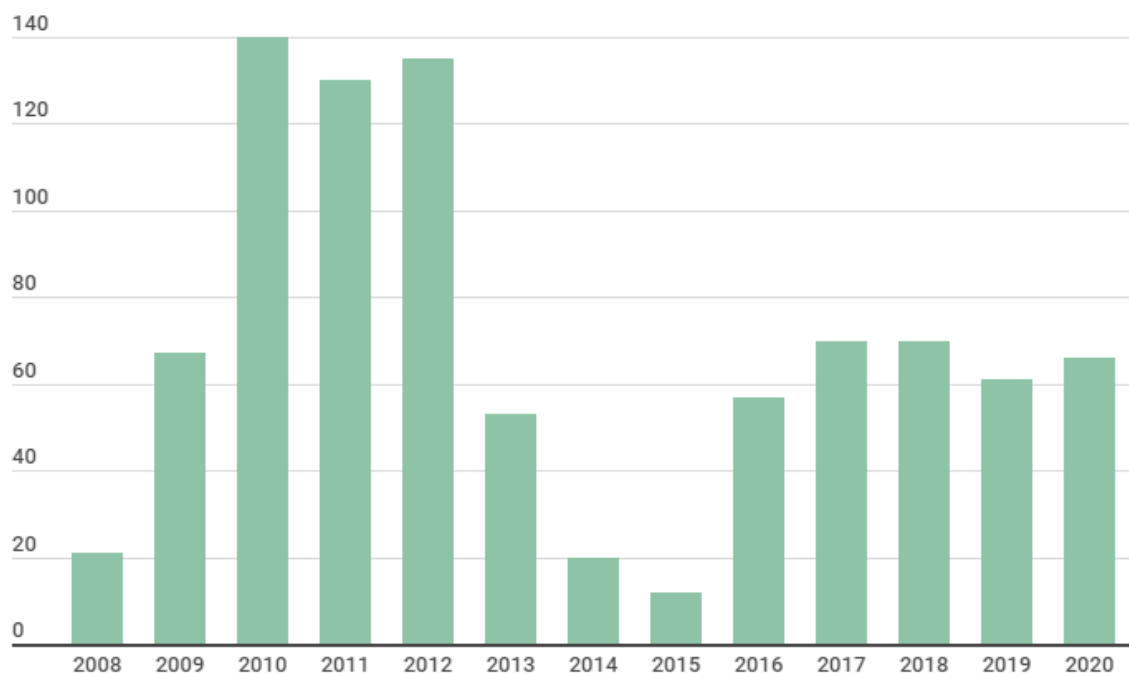


Рисунок 6 — количество геймифицированных материалов на сайте ria.ru по годам

Количество геймифицированных материалов за 2021 год сознательно не включено в график, так как материалы за этот год во время исследования выпущены только с января по май, и их количество нецелесообразно сравнивать с другими годами.

Можно заметить, что максимальный количественный скачок произошел в 2010 году, за этот год было опубликовано 140 игровых материалов, на протяжении трёх лет количество выпущенных материалов оставалось примерно на одном уровне, в 2011 году — 130, в 2012 — 135. В это же время (в 2011 году) была совершена попытка геймифицирования процесса потребления новостей среди читателей. Сайт подвергся глобальному обновлению, на нём появилась возможность регистрации, которая делала читателя членом «РИА-Клуба». Присоединившись к нему, пользователь получал доступ к компонентам геймификации: за все просмотренные материалы пользователь получал баллы в разных «копилках», поделенных на разделы, например, «искусство», «инфографика», «культура» и т.д. Собрав некоторое количество баллов, пользователь получал внутрисайтовые награды — «бейджи». Но эти

медальки были для пользователя абсолютно бесполезными: они не давали ни дополнительно «веса» на сайте, ни доступа к дополнительному контенту.

Идея «медалек» как символических наград за важное для статистики сайта действие (длительный и глубокий просмотр) наверняка задумывалась, чтобы увеличить количество постоянных посетителей сайта. То есть человек должен идти за новостями именно на сайт ria.ru из желания получить всё новое и новое достижение, вследствие чего просматривать всё больше материалов, тем самым увеличивая глубину и время просмотра страницы. Сейчас важно упомянуть, что одной из главных проблем сайта, исходя из архивной статистики, была низкая доля ядра аудитории, то есть основной трафик проходил через поисковики и новостные агрегаторы. В итоге, мы видим хорошую идею — повышение ядра аудитории путём внедрения таких игровых динамик как эмоции и продвижение и не очень удачное исполнение, поскольку членство в «РИА-Клубе» визуально не выделялось на странице сайта и не несло пользы конкретно для читателя в виде, например, привилегий. В свою очередь привилегии внутри сайта, могли стать целью, к которой пользователь бы стремился. Вскоре «РИА-Клуб» был упрощен.

С 2013 г. по 2015 г. количество геймифицированных материалов стало резко сокращаться, можно предположить, что это связано с тем, что количество просмотров стало оставаться примерно на одном уровне, значительно роста не было. Однако, с 2008 года все же произошел неплохой прирост просмотров для того времени. В первый год геймифицированные материалы на сайте набирали в среднем 100 просмотров, к 2009 году просмотры выросли до 400, а к 2010 уже до 2000. Но на этом рост остановился, поэтому стали сокращаться геймифицированные материалы, выпускать их в прежнем объёме больше не было смысла.

Количество материалов снова стало резко увеличиваться с 2016 года (их вышло 57, в то время как в 2015 г. лишь 12), когда статистика просмотров показала бурный рост. Если за все предыдущие года наибольшее количество просмотров геймифицированного материала достигало лишь отметки в 2,2

тысячи, то в 2016 количество просмотров в среднем стало достигать 70 тысяч. Наибольшее количество просмотров в 2016 году — 226 тысяч. С тех пор количество геймифицированных материалов в год остаётся примерно на одном уровне, также как и количество просмотров этих материалов. Максимальное количество просмотров за все года — 1 272 877. Этот материал был опубликован 7 ноября 2019 года под названием «Что вы знаете об Октябрьской революции?». Это классический тест, который состоит из 8 исторических вопросов. В каждом вопросе есть 3 варианта ответа, один правильный с подробным объяснением ответа и исторической справкой по этому вопросу. Также из элементов геймификации в тесте присутствует шкала прохождения и возможность поделиться результатом в социальных сетях, игровое время неограниченно. Функция у данного теста культурно-просветительская, с помощью теста пользователь проверяет свои знания, и усваивает новую информацию. Стоит отметить, что это единственное анализируемое издание, где присутствует общедоступная статистика просмотров каждого материала. Подробную таблицу с количеством опубликованных геймифицированных материалов и с максимальным количеством просмотров одного материала по годам можно посмотреть в приложении В.

Чтобы проанализировать круг тем геймифицированных материалов, информационные поводы для них, форматы, функции и элементы геймификации, был проведён контент-анализ. Для того чтобы наиболее точно отразить актуальные данные, мы решили проанализировать все геймифицированные материалы за последний год, таким образом хронологические рамки контент-анализа составили период с мая 2020 года (включительно) по май 2021 года, т.е. 12 месяцев. Генеральная совокупность составляет 64 материала и совпадает с выборочной, следовательно, выборка — сплошная. Единицей анализа является отдельный геймифицированный материал. Категории анализа и полную таблицу можно посмотреть в приложении Б.

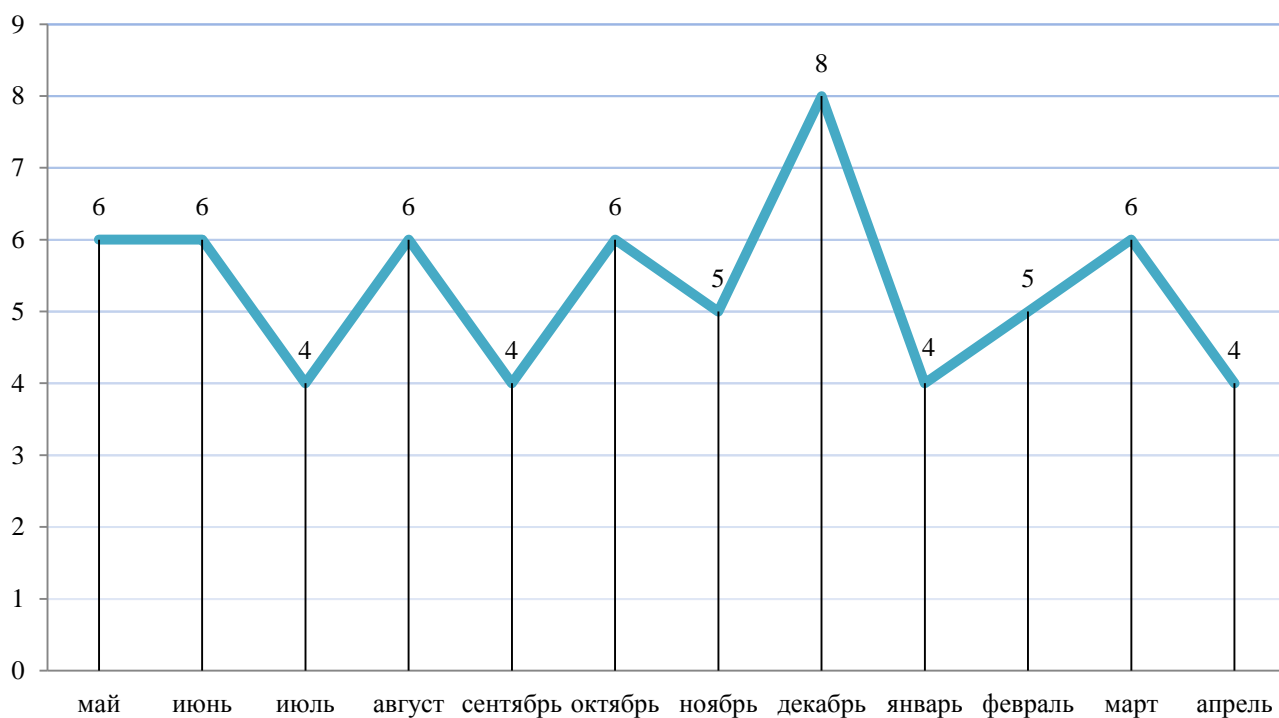


Рисунок 7— динамика выхода геймифицированных материалов на сайте gia.ru с мая 2020 г. по май 2021 г.

Количество публикаций в месяц варьируется от четырех до восьми, наибольшее количество материалов вышло в декабре, это связано с тем, что в это время больше информационных поводов для создания такого контента. Периодичность выхода материалов хаотичная, иногда тесты публикуют несколько раз в неделю, или даже каждый день, но бывает, что промежуток между ними достигает и двух недель. Неизменным остается одно, тесты всегда выходят в 8:00 утра.

Тесты в «РИА Новостях» в большинстве своем не привязаны к конкретным событиям, за редким исключением, и призваны скорее привлечь читателя и проверить его эрудицию. Но есть и материалы, с помощью которых читатель не только развлечется, но и приумножит свои знания о происходящем в мире. Такой вид геймификации можно отнести к интеллектуальным играм, направленным на проверку знаний читателей и отсылающим к потребностям пользователей в самоутверждении.

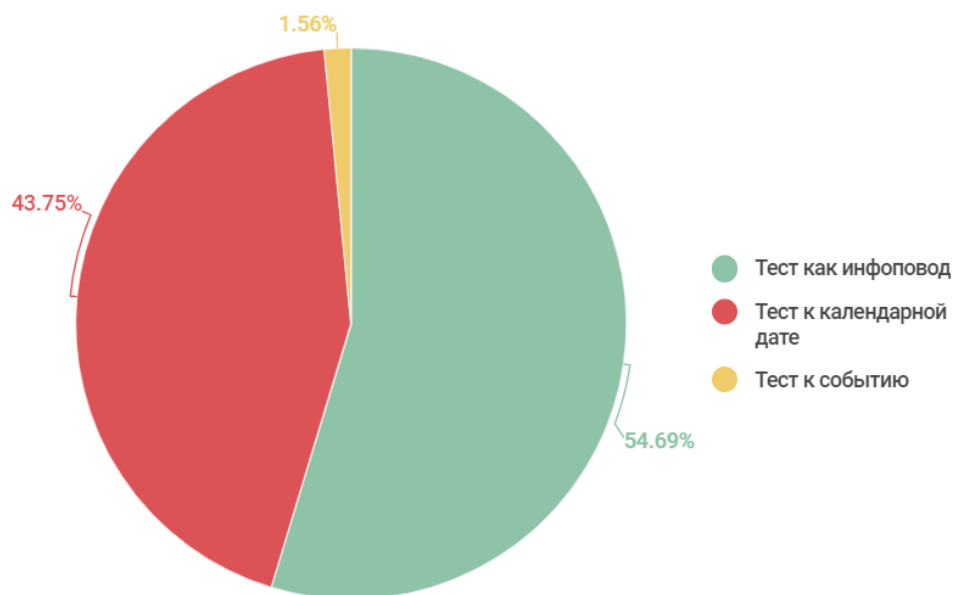


Рисунок 8 — Соотношение информационных поводов геймифицированных материалов на сайте gia.ru

Большее половины геймифицированного контента на сайте выступают в качестве полноценного материала, представляя собой отдельный информационный повод. Такие материалы можно отнести к категории «Интересный факт»: например, «Космос, наркоз и Нобелевка: что вы знаете об отечественной медицине?» от 6 апреля 2021г. или «Проверь себя: где найти самые странные города мира» от 12 марта 2021г. Чаще всего в названии таких тестах фигурирует словосочетание «Что вы знаете...». Из общего числа проанализированных геймифицированных материалов в количестве 56, тестов в виде инфоповода — 35, что составляет 55%.

Чуть меньше половины тестов, а именно 44% в количестве 28 материалов приурочены к какой-либо исторической дате или празднику, то есть информационным поводом в этих случаях выступает календарная дата. Такие тесты создаются ко дню донора: «"Тихий подвиг" во имя других. Что вы знаете о донорстве?», ко дню космонавтики: «"А мы летим орбитами". Что вы знаете о первом советском космонавте?», к международному женскому дню: «Что вы знаете о достижениях знаменитых женщин?», к Новому году: «Крайние обстоятельства. Как спасаются от похмелья в разных странах?» и так далее. Все

они представляю собой познавательные материалы с культурно-просветительской функцией. Довольно популярными информационными поводами в этой категории являются дни рождения знаменитых личностей, так, например ко 250-летию со дня рождения Бетховена был создан тест «"Он всех заставит говорить о себе". Что вам известно о Бетховене?», а к 200-летию со дня рождения Афанасия Фета: «"Ты изумляешься, что я еще пою": что вы знаете о жизни и творчестве Фета?».

Тесты к определенным событиям публиковались довольно редко в рассматриваемом нами временном промежутке. Лишь только один материал из 64 был приурочен к конкретному событию. Он был выпущен третьего ноября 2021 года: «"Я новый Моисей": угадайте кандидата в президенты США по цитате», информационным поводом для него послужили выборы в США.

Таблица 2 — Тематика геймифицированных материалов на сайте gia.ru

Тематика	Кол-во материалов	% от общего числа материалов за год
Биография выдающихся людей	12	18,8
Москва	7	10,9
История	7	10,9
Культура	5	7,8
Фильмы, сериалы и шоу	5	7,8
Общество	5	7,8
Общие знания	4	6,3
Русский язык	3	4,7
Космос	2	3,1
Здоровье	2	3,1
Авиация	2	3,1
Экология	2	3,1
Новый год	2	3,1
Спорт	2	3,1
Политика	1	1,6
Животные	1	1,6
География	1	1,6
Наука	1	1,6

Круг тем геймифицированных материалов в издании «РИА Новости» довольно широкий. Из таблицы 2, которая расположена выше, видно, что

подавляющее большинство тем связано с биографиями выдающихся людей, сюда как раз относятся тесты к календарной дате, потому что все такие материалы приурочены к дням рождений писателей, художников, музыкантов и других знаменитых личностей. Например: «"Звезда по имени Солнце". Что вы знаете о Викторе Цое?», «"Глядя на звезды, мне хочется мечтать". Что вы знаете о Ван Гогге?», «Нобелевский лауреат из донских степей. Что вы знаете о Михаиле Шолохове?», «Что вы знаете о жизни и творчестве Иосифа Бродского?», «"У демона в плену": что вы знаете о Михаиле Врубеле?». Во всех этих тестах нужно угадывать различные факты из жизни выдающихся людей, если пользователь отвечает неправильно, то даётся подробное разъяснение, более того, каждый ответ подкрепляется новой информацией. Такие материалы имеют культурно-просветительскую функцию, читатель не только проверяет свои знания, но и узнаёт новую уникальную информацию из жизни значимых личностей, которую легко усвоить в такой игровой форме.

Следующей по популярности темой идёт «Москва». Сюда относятся все материалы, связанные со столицей нашей страны. Они публикуются в разделе «Недвижимость» под названиями «Знаете ли вы старые названия московских улиц?», «Как хорошо у вас с навигацией в Москве?», «Вал вала меньше: как хорошо вы знаете московские валы?», «Как хорошо вы знаете набережные Москвы?», «Северный речной вокзал: а что вы знаете о нём?» и т.д. Все эти тесты имеют от 8 до 12 вопросов и 3 варианта ответа с очень подробным разъяснением и дополнительными фактами по теме.

Для примера разберём один тест из этой категории от 8 мая 2020 года «Как хорошо вы знаете набережные Москвы», в нём содержится 8 вопросов и по 3 варианта ответа для каждого вопроса. Первый вопрос сформулирован так: «Какова общая протяженность московских набережных», и дано три варианта ответа: 200, 90 и 100 км. После выбора ответа, загорается не только правильный вариант, но и появляется новая дополнительная информация для расширения кругозора: Общая протяженность обоих берегов Москвы-реки в пределах МКАД составляет около 200 километров и в скором времени увеличится.

Ожидается, что в ближайшие пять лет будет благоустроено еще более 40 километров набережных Москвы-реки. И, как минимум, половина из них в 2020 году. В ответе подана новость, её можно было бы написать и в обычном материале, но такая подача информации с помощью геймификации привлекает больше читателей. Так происходит на протяжении всех вопросов, в другом вопросе «Какая набережная самая длинная» правильным ответом является «Нагатинская», и опять подробное объяснение с новостной информацией: Протяженность Нагатинской набережной составляет 5,5 километра. Это одно из самых красивых и экологически чистых мест Москвы. Кстати, в скором времени еще одним местом для прогулок и отдыха у реки в ЮАО станет территория набережной Москвы-реки, пролегающая от железнодорожного моста Курского направления железной дороги до Братеевского каскадного парка. Ожидается, что прогулочная набережная станет продолжением зеленого маршрута от парка Братеевская пойма до Каскадного парка. Следующий вопрос сформулирован так: «Эта набережная имеет неофициальное название "необитаемый остров". Почему?» и после того, как пользователь выбирает ответ, на экране появляется дополнительная информация с новостным материалом: Расположенная напротив Московского Кремля Раушская набережная именуется иногда "необитаемым островом", так как здесь осталось лишь два жилых дома. Причем они находятся чуть в стороне, по Садовнической улице. Остальные дома отданы под коммерческую недвижимость и офисы. Благоустройство в текущем году затронет и этот уголок, здесь планируется преобразить не только Раушскую набережную, но и Софийскую, Садовническую и Космодамианскую. Обновленная территория составит 12 километров. Таким образом, с помощью данного теста человек не только проверяет свои знания, но и узнаёт актуальную информацию о планах преобразования набережных Москвы.

Такое же количество геймифицированных материалов мы отнесли к тематике «История», названия тестов звучат так: «Ахмат или Батый: что вы знаете о свержении монголо-татарского ига?», «Сражение, повернувшее ход

истории: что вы знаете о Куликовской битве?», «"Мир! Труд! Май!" Как хорошо вы знаете историю Первмая?» и т.д. Такие тесты несут не только развлекательную, но и образовательную функцию, с помощью них пользователь укрепляет свои знания по истории и расширяет свой кругозор.

В тематике «Культура» оказались пять материалов, все они связаны либо с искусством, либо с литературой. Приведем примеры тестов из данной тематики: «Хорошо ли вы помните стихотворения великих поэтов?» «Послал же Бог такую ночь перед Рождеством: помните ли вы повесть Гоголя?», «Уорхол или Кандинский? Разбираетесь ли вы в искусстве XX века?»

Также по пять материалов относятся к тематикам «Фильмы, сериалы и шоу» и «Общество». К первой тематике относятся тесты на знание разных культовых фильмов, например материал от 27 августа 2020 года: «Как хорошо вы знаете российское кино?», а ко второй группе мы отнесли материалы, связанные с разными социальными группами: «Дворники — вы думаете, что все про них знаете? А давайте проверим!», «"Крылатая пехота". Что вы знаете о ВДВ», «"Будь готов!": что вы помните о пионерии?» и т.д.

Круг тем в РИА Новостях довольно широкий, это подтверждает тот факт, что с помощью геймификации можно подать материалы любой направленности, начиная от интересных фактов, которые не привязаны к новостной повестке, заканчивая серьезными политическими новостями. Таким образом, используя геймификацию при подаче контента, можно не только привлечь и развлечь аудиторию, но и приумножить знания читателей о происходящем в мире.

Приведем 10 самых популярных тестов за период с мая 2020 года по май 2021 года:

1 39857 просмотров — «Хорошо ли вы помните стихотворения великих поэтов?»:

— Дата публикации: 20.03.2021;

— Тематика: культура;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 9 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

2 28499 просмотров — «Ахмат или Батый: что вы знаете о свержении монголо-татарского ига?»:

— Дата публикации: 08.10.2020;

— Тематика: история;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 7 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

3 27377 просмотров — «От Меркурия до Плутона: что вы знаете об астрономии?»:

— Дата публикации: 15.02.2021;

— Тематика: космос;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 14 вопросов, 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

4 22795 просмотров — «От князей до президентов: что вы знаете о правителях России?»:

— Дата публикации: 12.06.2020;

— Тематика: история;

— Элементы геймификации: 18 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

5 16617 просмотров — «Послал же Бог такую ночь перед Рождеством: помните ли вы повесть Гоголя?»

— Дата публикации: 13.01.2021;

— Тематика: культура;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 9 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

6 15850 просмотров — «Краш, флекс, вайб. Что вы знаете о заимствованиях и исконных словах?»

— Дата публикации: 28.02.2021;

— Тематика: русский язык;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 17 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

7 15558 просмотров — «Богатыри, ночные ведьмы и шмели: что вы знаете о советском авиастроении?»

— Дата публикации: 01.02.2021;

— Тематика: авиация;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 8 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

8 15345 просмотров — «Что вы знаете о достижениях знаменитых женщин?»

— Дата публикации: 09.03.2021;

— Тематика: история;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 9 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

9 15169 просмотров — «Нобелевский лауреат из донских степей. Что вы знаете о Михаиле Шолохове?»

— Дата публикации: 24.05.2020;

— Тематика: биография выдающихся людей;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 9 вопросов, 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

10 15050 просмотров — «Тепленькая пошла! Тест на знание культовых новогодних фильмов»

— Дата публикации: 30.12.2020;

— Тематика: биография выдающихся людей;

— Формат: классический тест;

— Элементы геймификации: 12 вопросов, 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа), неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, результатом теста можно поделиться в социальных сетях.

Таблицу с полным анализом и со всеми материалами за год можно посмотреть в приложении В. Качественного сдвига в производства тестовых материалов с начала их внедрения так и не произошло, все геймифицированные материалы на сайте gia.ru строятся по абсолютно одинаковой механике, которая уже была описана выше. Каждый тест выявляет факт осведомленности отдельно взятого пользователя о том или ином событии. Все

геймифицированные материалы принимают форму классического теста, в котором встречается от 7 до 18 вопросов, в большинстве тестов их 8. Количество вариантов ответа варьируется от 3 до 4, где есть правильные и неправильные ответы, имеющие новостную справку с объяснением корректного варианта, благодаря этому инфоповод теста подкрепляется новой информацией. Во всех тестах присутствует шкала прохождения, а игровое время неограниченно. Также элементом геймификации является наличие обратной связи (результат) — это информация об успехе игрока, которой можно поделиться в социальных сетях. Более того, в каждом тесте элементом оформления выступают статичные иллюстрации. Культурно-просветительская функция является основной во всех материалах, так как с помощью тестов можно преподнести различную информацию, которую человек легко воспримет.

Еще один игровой формат, который можно встретить в «РИА Новостях» — интерактивные опросы и голосования в Stories в социальной сети Instagram. Чтобы добавить голосование, нужно перейти в Stories, добавить свою фотографию или видео. Далее нужно зайти в настройки и выбрать виджет «Опросы». В опросе можно написать вопрос и два варианта ответа. После публикации опроса можно увидеть, какой процент людей проголосовал за определенный вариант. Другой вариант геймификации в Instagram Stories — стикеры-тесты, это интерактивные стикеры, которые содержат от 2 до 4 пунктов. В них вшит правильный ответ, поэтому, когда пользователь выбирает один из пунктов, он сразу узнает, верно ли его предположение или нет. Правильный ответ сразу выделяется зеленым. Чаще всего такие форматы имеют рекреационно-гедонистическую функцию. Например, последний тест был опубликован 15 мая к 130-летию со дня рождения Михаила Булгакова. Была подготовлена подборка из настоящих и вымышленных фактов из жизни писателя, а подписчикам нужно было угадать, что является правдой, а что ложью.

Отметим, что элементы геймификации в «РИА Новостях» присутствуют и в некоторых спецпроектах, чаще всего в партнерских материалах, в них можно встретить разные интерактивные элементы, например, туда могут быть встроены классические тесты. Функция таких материалов — рекламно-справочная. В этом случае, такая форма позволяет привлечь не только аудиторию, но и рекламодателей, которые хотят оригинально представить свой продукт или услугу.

Кроме того, на сайте введена возможность ставить реакции после каждого материала, что тоже является одним из приёмов геймификации. Спектр реакций не ограничивается только «лайком» и «дизлайком», все доступные реакции изображены на рисунке ниже:



Рисунок 9 — доступные реакции на сайте ria.ru

Также важно отметить, что у издания есть отдельная мобильная платформа иммерсивной журналистики RIA.Lab для проектов в виртуальной и дополненной реальности. Центр инновационной журналистики Дирекции новых медиа МИА «Россия сегодня» начал разрабатывать их в 2018 году. Уже в 2020 году журналистские их проекты в форматах дополненной и виртуальной реальности стали лауреатами российских и международных премий. AR- и VR-истории «РИА Новостей» завоевали всероссийскую премию «Культура онлайн», Digital Communications Awards, Eventiada IPRA Golden World Awards 2020 и другие. Такие проекты позволяют перемещаться в пространстве и времени, увидеть то, что невозможно посмотреть в реальности, и побывать там, где никто никогда не был. Полностью погрузиться в историю, ощутить то, что чувствует главный герой и исследовать недостижимое: реальное или фантастическое.

Чтобы увидеть проекты «РИА Новости» в форматах дополненной и виртуальной реальности, необходимо скачать приложение РИА.Lab. Для проектов AR понадобится только смартфон, для VR необходимы очки виртуальной реальности или кардборд, но можно посмотреть демоверсию проектов в формате 360°

На данный момент выпущено 18 проектов, 9 из которых в виртуальной реальности, и 9 в дополненной. Большинство из них только лишь используют элементы геймификации, но есть и полноценный геймифицированный материал в виде игры в дополненной реальности, который вышел 24 февраля этого года. Подробно разберём его.

«AR-игра «Спутник-мусорщик»: как, зачем и от чего будут очищать орбиту» — в этой игре в дополненной реальности пользователь узнает, что такое космический мусор, сколько его, откуда он берётся и чем опасен. Игрок получит возможность очистить орбиту Земли, взяв под управление три прототипных спутника-мусоросборщика из разных стран мира. В игре четыре уровня: в первых трёх нужно учиться управлять аппаратами и последовательно устранять крупный, средний и мелкий мусор. В последнем уровне игрок отправится в свободный полёт и попытается спасти планету от космического мусора, заработав на этом как можно больше денег.

Перед началом игры, во введении описано, чем опасен космический мусор, а также прикреплена новостная справка о том, какие технологии разрабатывают ученые и инженеры для борьбы с космическим мусором.

Первое, что нужно сделать в игре дополненной реальности — найти плоскую хорошо освещённую поверхность. Далее расположить Землю под ногами в удобном месте, необходимо 3 кв.м. свободного пространства.

Тест читает диктор, можно выключить звук и прочитать самому.

Цель первой миссии: Положить начало расчистке орбиты Земли (на которой находится более 20 000 объектов крупного космического мусора: сломанных спутников, ступеней ракет, деталей космических аппаратов) взяв на

себя управление аппаратом, оснащенным робо-рукой и маневровым твердотопливным двигателем.

Задачи первой миссии:

- Сбросить в атмосферу 5 крупных объектов, которые там сгорят;
- Избегать столкновения с обломками — это повредит спутник;
- Запустить автономный аппарат для уборки крупного мусора.

В этой миссии, чтобы сбросить космический мусор в атмосферу, необходимо найти такой объект, приблизиться к нему и нажать кнопку в правом нижнем углу экрана.

После сброса в атмосферу 5 крупных объектов, на экране появляется текст, что теперь на орбите достаточно безопасно, чтобы запустить автономный аппарат для уборки крупных обломков.

Новостной материал, включенный в первую миссию: аппарат разработан швейцарской компанией по заказу Европейского Космического Агентства. ЕКА вложило в миссию больше 86 миллионов евро, еще 14 вложат инвесторы. Первый запуск запланирован на 2025 год.

Цель второй миссии: В околоземном пространстве больше 750 тысяч обломков среднего размера, их необходимо расчистить с помощью экспериментального спутника типа «Космический пастух», оснащенного ионной лучевой вспышкой.

Задачи второй миссии:

- Сбросить в атмосферу 5 средних объектов, которые там сгорят;
- Избегать столкновения с обломками — это повредит спутник;
- Запустить автономный аппарат для уборки среднего мусора.

В этой миссии, чтобы сбросить космический мусор в атмосферу, необходимо найти такой объект, приблизиться к нему, зарядить ионную пушку для выстрела, длительно удерживая кнопку в нижнем правом углу экрана.

После сброса в атмосферу 5 средних объектов, на экране появляется текст, что теперь на орбите достаточно безопасно, чтобы запустить автономный аппарат для уборки среднего обломков.

Новостной материал, включенный во вторую миссию: аппарат такого типа спроектирован в 2013 году на кафедре Аэрокосмической инженерии Техасского университета A&M. Согласно концепции, аппарат перемещается и сбрасывает мусор в основном за счёт кинетической энергии и точно рассчитанной траектории, сводя потребление топлива почти к нулю, в разы продлевая срок его службы.

Цель третьей миссии: Ловить скопления маленького мусора мелкочаеистой титановой сетью и перерабатывать их в псевдожидкое топливо. Обломков космического мусора размером меньше 1 см около миллиона. Их больше всего — и они опаснее всех: почти незаметны и летят со скоростью пули.

Задачи третьей миссии:

- Переработать 5 скоплений мелкого мусора;
- Избегать столкновения с обломками — это повредит спутник;
- Запустить ракету с вольфрамовой пылью, чтобы расчистить неуловимый микромусор.

После сброса 5 мелких объектов, на экране появляется текст, что весь мелкий мусор уничтожен и осталось устранить микромусор с помощью «Вольфрамового веника».

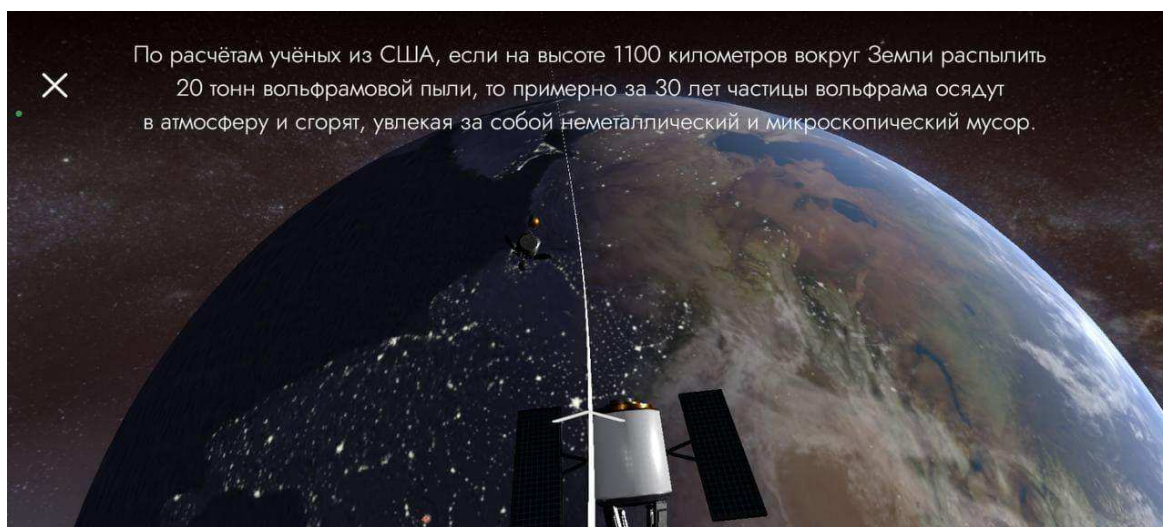


Рисунок 10— проект «RIA.Lab»: «AR-игра «Спутник-мусорщик»: как, зачем и от чего будут очищать орбиту»

Новостной материал, включенный в третью миссию: По расчётам ученых из США, если на высоте 1100 километров вокруг Земли распылить 20 тонн вольфрамовой пыли, то примерно за 30 лет частицы вольфрама осядут в атмосферу и сгорят, увлекая за собой неметаллический и микроскопический мусор. При этом частицы вольфрама не нанесут вреда работающим спутникам и космическим аппаратам.

Цель четвертой миссии: Управлять всеми тремя аппаратами и полностью очистить участок от космического мусора. За каждый уничтоженный объект мусора бюджет будет пополнен, но за каждый разбитый спутник придется платить. Каждые 5 минут будут появляться 3 новых обломка.

Задачи четверной миссии:

- Уничтожить весь космический мусор на участке: 30 объектов;
- Не разбить спутник: их парк ограничен;
- Спасти землю, уложившись в бюджет.

Новостной материал, включенный в финальную миссию: Ежегодно количество орбитального мусора растёт на 5%. Из-за него каждый год из строя выходит примерно по одному работающему аппарату. Эту тенденцию надо прекращать — иначе будут невозможны мегапроекты вроде спутников Starlink. А в худшем случае — и космонавтика в целом. Сейчас существуют только рабочие прототипы спутников-мусоросборщиков. Но по экспертным оценкам, в ближайшие годы рынок космического клининга достигнет 200 миллионов долларов в год. И Россия может занять до четверти этого рынка.

Для сравнения рассмотрим еще один проект в дополненной реальности, но уже не полноценную игру, а AR-реконструкцию. Проект «Внутри стихий. Как устроены лесные пожары» является реконструкцией лесного пожара в дополненной реальности. Читатель может проследить весь процесс, от возгорания до восстановления леса, он увидит лесной пожар вокруг себя, сможет на себе ощутить его опасность. Узнает, сколько времени нужно природе на самом деле, чтобы восстановиться после огня, и сколько ему будет лет, когда на месте пожара снова растут зеленые деревья.

Пожар предстает в 4 разных перспективах: в 1 главе сверху можно наблюдать его распространение, во 2 главе читатель оказывается в кольце огня, в 3 главе можно увидеть этапы восстановления лесных массивов.

В отличие от классического репортажа, эффект присутствия здесь достигается не средствами языка, фотографии и телевидения, а 3D-программой, которая взаимодействует с игроком в реальном времени. Погружение усиливается использованными звуковыми эффектами.

Текст читает диктор, при желании можно включить субтитры. Используемые языковые средства выразительности: риторические вопросы («Можно ли это остановить?», «А есть ли польза от пожаров?», «А что, если леса сгорят совсем?», «Сколько лет будет вам, когда деревья станут большими?»), эпитет («кольцо огня»), парцелляция («Долго. Постепенно. В несколько этапов»). Они повышают эмоциональный градус текста — без них текст, наполненный научной лексикой и фактами, был бы слишком сухим.

Материал не является полноценной игрой, он лишь использует некоторые элементы, свойственные играм-симуляторам. В симуляторе у игрока есть возможность управлять процессами, здесь же пользователь выступает наблюдателем. Наиболее близким к игре материал становится в последней главе, в которой предлагается посмотреть, в каком состоянии будет сгоревший лес в том или ином возрасте игрока. Здесь проявляется динамика предсказания, читатель задается вопросом: сколько лет мне будет, когда восстановятся леса?

Пространство проекта ограничено размером помещения, в котором находится пользователь. Реконструкция длится 7-10 минут, если проходить её в соответствии с темпом диктора. Объектами выступают 3D-модели леса в разных состояниях, огонь, ветроуказатель, кнопки «начать», «глава ...», панель с кнопками для включения разных состояний леса в последней главе.

Действия в дополненной реальности, в основном, ограничиваются лишь передвижением с телефоном в руках, чтобы открыть новый контент. После каждой сцены доступна кнопка перехода на следующую. Интерактивности материалу добавляет решение сделать окно ввода возраста перед запуском

программы. Благодаря этому, в конце игры пользователь может узнать, сколько лет ему будет, когда на месте пожара вырастут хвойный лес, смешанный лес, лиственный лес, кустарник и трава.

Таким образом, главная функция таких проектов — увеличение глубины погружения в материал. Как уже было написано ранее, медиасреда переполнена различной информацией, количество которой многократно превышает объём её возможного потребления. Аудитория не может и не хочет воспринимать весь предлагаемый ей материал. Привлечь внимание аудитории в этих случаях можно способом подачи передаваемого сообщения. Форма игры одна из самых эффективных, так как информация, подаваемая через игру, воспринимается на подсознательном уровне, а мозг человека не напрягается при её получении.

2.3 Анализ геймифицированного контента издания The Guardian

Издание The Guardian стало одним из первых в мире, кто начал применять геймификацию при подаче контента в цифровой версии. Первый геймифицированный материал на сайте был опубликован 9 июня 2000 года, он представляет собой интерактивный тест под названием «Quiz: How much do you know about Woody Allen?» («Тест: Что вы знаете о Вуди Аллене?»). В тесте содержится 13 вопросов с 4 вариантами ответов, один из которых правильный, но дополнительной поясняющей информации к правильному варианту ответа нет, зато присутствует шкала прохождения и обратная связь в виде результата, которым можно поделиться в социальных сетях, игровое время не ограничено. С тех пор, раз в год на сайте начали выходить подобные материалы, с 2007 года они начали публиковаться чаще, а с 2008 уже регулярно по несколько тестов в месяц. За все время было опубликовано 4580 таких материалов.

Самой постоянной стала рубрика «The weekend quiz» («Викторина выходного дня») — это еженедельная викторина по общим знаниям, которая выпускается по выходным с 2009 года, за все время было создано 530 таких

викторин. В качестве примера рассмотрим викторину от 3 апреля 2021 года «Which pirates were named after a type of barbecue? The Weekend quiz» (Какие пираты были названы в честь вида барбекю? Викторина выходного дня). В материале представлено 15 вопросов без вариантов ответа. Кроме того, в качестве аудиовизуальных материалов используются всего две фотографии. Исходя из этого, можно сделать вывод, что ставка в данном тесте делается не на развлечение аудитории, а на серьёзные, вдумчивые размышления над каждым вопросом викторины.

Тем самым, проходя тест, повышается общий культурный уровень пользователей. Тот факт, что The Guardian использует данный вид «теста на выходных» в неизменном виде уже более 12 лет говорит о том, что материалы в данном формате пользуются популярностью у аудитории.

Чтобы изучить другие актуальные виды геймифицированных материалов мы провели анализ всех материалов за последний год, то есть с мая 2020 по май 2021 года, за это время их вышло 248, количественная сводка по месяцам представлена на рисунке ниже:

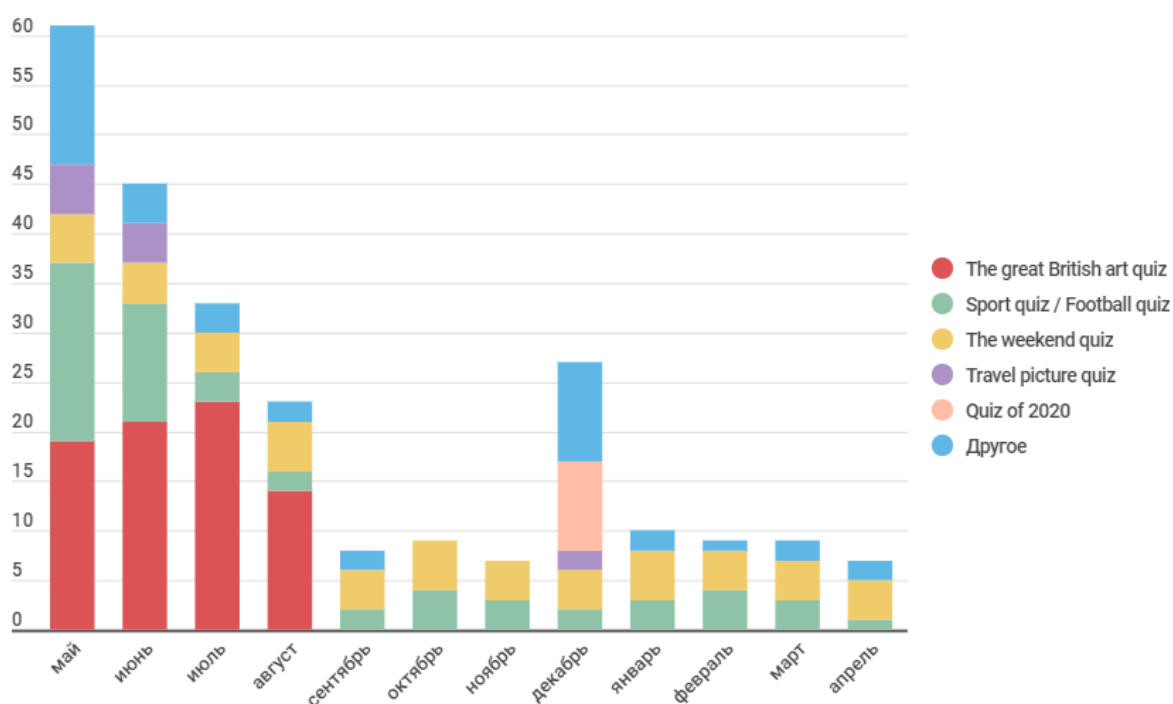


Рисунок 11 — количество геймифицированных материалов в издании The Guardian с мая 2020 г. по май 2021 г.

Как уже было написано выше, на постоянной основе выходит рубрика «The weekend quiz», этот вид тестов, публикуется ежемесячно (4-5 раз в месяц). За анализируемый нами промежуток времени вышло 52 материала данного вида. Функция таких тестов — образовательная.

Другая рубрика с тестами, обнаруженная в исследуемом периоде — «The great British art quiz» («Великая британская викторина по искусству»). Геймифицированные материалы такого вида публиковались ежедневного с мая по август. Обратив внимание на график, можно заметить, что в эти месяцы общее количество геймифицированных материалов значительно выше. Это ежедневная викторина, которая проводилась совместно с музеями, галереями и объектами наследия Великобритании, которые были закрыты из-за коронавируса. Проект представлен в сотрудничестве с Art UK — онлайн-домом для публичных коллекций произведений искусства Великобритании. За 4 месяца вышло 77 материалов, каждый из которых привязан к определённой коллекции искусств. Механика всех тестов строится следующим образом: сначала в лиде дана информация о коллекции и предоставлены ссылки на партнёрские источники (на сайт Art UK), где можно подробнее изучить коллекции искусств. Далее аудитории задаётся 8 вопросов, на которые можно ответить посредством выбора одного из четырех вариантов ответа. При выборе пользователем того или иного варианта ответа предоставляется подробная информация о правильном ответе. Каждый вопрос сопровождается фотографией. Последний тест отличается от всех предыдущих тем, что он намного объемнее. Чтобы отпраздновать конец данной рубрики, финальный тест содержал 20 вопросов, которые связаны с самыми интригующими работами из всех 3000 коллекций, представленных на сайте Art UK.

- Формат: классический (партнёрский) тест;
- Элементы геймификации: неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, обратная связь в виде результата;
- Функция: культурно-просветительская.

Следующая геймифицированная рубрика — «Sports quiz of the week» («Спортивная викторина недели»), здесь все вопросы связаны со спортивными новостями и событиями прошедшей недели. Публикуются такие материалы еженедельно по пятницам с сентября 2020 года (рубрика существовала и ранее, но в исследуемом периоде до сентября 2020 года она была приостановлена). С мая по август такие же тесты на спортивную тематику, но более узкой направленности выходят под названием «Football quiz» («Футбольная викторина»). В среднем, в материалах представлено 10 вопросов с 4 вариантами ответа, один из которых правильный. При выборе пользователем того или иного варианта ответа предоставляется дополнительная информация о правильном ответе. В конце теста дается результат, в котором написано количество правильных ответов. Таким образом, подобный вариант применения тестов в СМИ является отличной возможностью для того, чтобы пользователи не пропустили главные спортивные новости недели и повысили свой общий уровень знаний. За анализируемый нами промежуток времени вышло 57 материалов данного вида.

- Формат: классический тест;
- Элементы геймификации: неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, обратная связь в виде результата;
- Функция: информационная.

К другому виду геймифицированных материалов в издании The Guardian относятся проекты на знание географических особенностей под названием «Travel picture quiz» («Викторина с фотографиями из путешествий»). С мая 2020 по май 2021 года вышло 11 проектов такого формата. Каждый отдельный тест содержит вопросы на определенную тему географической направленности, к примеру, они бывают на тему рек, озер, гор, островов, географических флагов и т.д. Механика теста подобна трём предыдущим, которые были описаны выше, однако каждый тест имеет от 15 до 20 вопросов и 4 варианта ответа в каждом вопросе, один из которых правильный. При выборе пользователем того или иного варианта ответа предоставляется дополнительная информация о

правильном ответе. Каждый вопрос иллюстрирован фотографией по теме задаваемого вопроса. В конце теста дается результат, в котором написано количество правильных ответов.

Такие интерактивные географические тесты помогают пользователям познавать информацию о мире, играя.

- Формат: классический тест;
- Элементы геймификации: неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, обратная связь в виде результата;
- Функция: культурно-просветительская.

Существует еще один вид геймифицированных материалов, которые регулярно выпускались в течение декабря под названием «Quiz of 2020», всего вышло 9 таких тестов, например: «The music quiz of the year», «The film quiz of the year», «The fashion quiz of the year», «The food quiz of the year» и т.д. Такие тесты подводили итоги годы в разных тематических направленностях. Механика тестов такого вида идентична всем предыдущим.

Все остальные геймифицированные материалы не имеют определенной рубрики, они выходят как самостоятельные материалы, которые привязаны либо к новостной повестке, либо к определенной дате, в пример приведём тест, вышедшей к 1 апреля под названием «April Fools' Day quiz: how easily fooled are you?» («Первоапрельская викторина: насколько вас легко обмануть?»). Тест содержит 15 вопросов с 4 вариантами ответа, один из которых правильный. При выборе пользователем того или иного варианта ответа предоставляется дополнительная информация о правильном ответе. Каждый вопрос сопровождается иллюстрацией. В конце теста дается результат, в котором написано количество правильных ответов. Узнать в процентном соотношении ответы других игроков нельзя. Все тесты в цифровой версии издания The Guardian имеют одинаковую механику и не отличаются разнообразием форматов, как например тесты в Медузе.

Таким образом, в данном издании можно выделить шесть основных видов геймифицированных материалов в форме классического теста, их соотношение представлено ниже на круговой диаграмме:

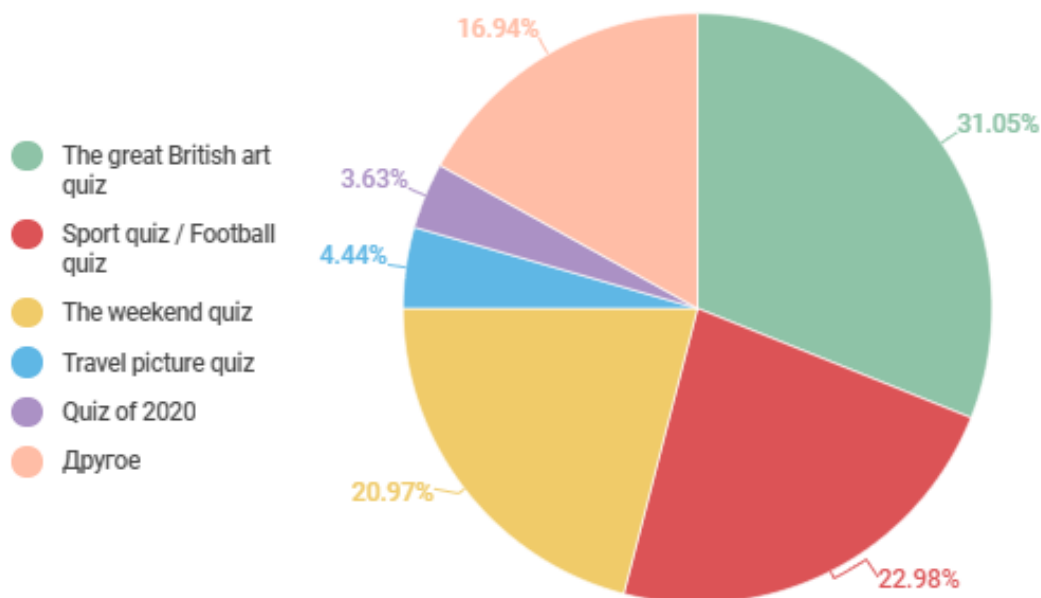


Рисунок 12 — соотношение видов геймифицированных материалов в издании The Guardian

Помимо использования геймификации в формате классических тестов в издании можно встретить и новостные игры, но они используются не так интенсивно, как тесты. Их нельзя найти в издании по рубрикам или ключевым словам. За анализируемый промежуток времени (май 2020 — май 2021) не удалось найти подходящего примера новостной игры, но важно отметить, что издание The Guardian стало одним из первых, кто очень успешно применил принципы геймификации, а именно систему поощрения в журналистском расследовании, проведенном совместно с читателями. В 2009 году был создан проект «MP`s expenses»: в рамках эксперимента издание опубликовало копии чеков и расходных членов парламента, предоставив возможность читателям самим разобраться и стать соавторами политической сенсации. Редакции была доступна шкала прогресса, которая показывала, какую часть секретных

материалов пользователи прочитали на данный момент, кроме того, существовал общедоступный рейтинг пользователей, показывавший самых активных читателей и самые просматриваемые темы. Тем самым, с помощью использования геймификации издание решило сразу несколько задач: спродюсировало уникальный контент и одновременно с этим обеспечило его вирусное распространение.

Более того, в 2011 году издание запустило платформу пользовательского контента Guardian Witness, где использована игровая механика: редакция регулярно публикует ограниченные во времени задания для пользователей, выполняя которые люди присылают свои тексты, фото или видео. Так имитируется работа редакции. Обычно задания связаны с повседневной жизнью, например: «Tell us: have you been helping people emotionally through the pandemic?» («Скажите нам: помогали ли вы эмоционально людям во время пандемии?»), «Tell us: how have you been affected by long Covid?» («Расскажите, как на вас повлиял длительный коронавирус?») и т.д. Так взаимодействие редакции с гражданскими журналистами приобретает черты ролевой игры.

Еще один приём геймификации, который можно встретить в издании The Guardian — интерактивные викторины и опросы в Stories в социальной сети Instagram.

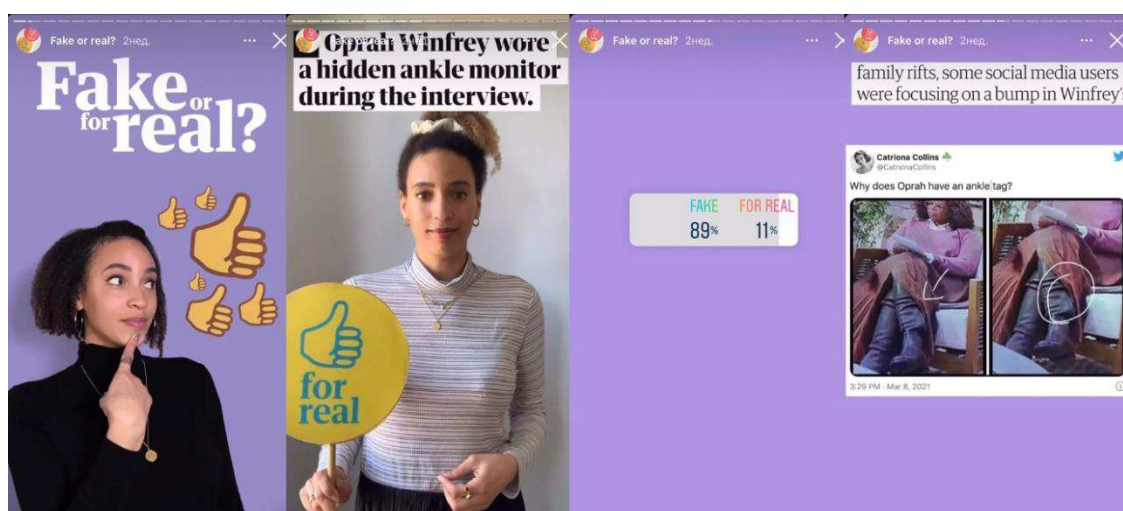


Рисунок 13 — геймифицированная рубрика «Fake or real?» в Instagram Stories в аккаунте издания The Guardian

Помимо традиционных опросов, на постоянной основе выходит рубрика «Fake or for real?», в которой предлагается узнать, правдив факт или нет. В первой истории озвучиваются три темы. Далее анимированная заставка. Записано разговорное видео, где девушка озвучивает новость или факт и предлагает угадать фейковую новость. В следующей истории на однотонном фоне добавлен стикер опроса, в котором пользователю нужно угадать, правдивая новость или нет. После этого в новой истории записан разговорный видео-ответ с субтитрами. А дальше идёт слайд-шоу из фото с текстом, которые иллюстрируют новость. На фоне девушка озвучивает и комментирует новость. Далее по такому же принципу задается новый вопрос. В конце — прощание, источники и повтор заставки этой рубрики. Отличительные черты, которые используются в данной рубрике: один герой, от лица которого ведется рубрика; использование субтитров к видео; применение слайд-шоу в показе деталей новости; однотонный цвет фона, один шрифт.

Также важно отметить, что у издания есть отдельное мобильное приложение иммерсивной журналистики Guardian VR для проектов в виртуальной реальности. Один из примеров такого проекта: «Crime Scene. A virtual experience of a forensic investigation» («Место преступления. Виртуальный опыт судебно-медицинской экспертизы»), в котором необходимо собирать улики, чтобы раскрыть убийство. Основная функция таких проектов — увеличение глубины погружения в материал. Большинство из таких проектов нельзя назвать полностью геймифицированными, но некоторые их них используют элементы геймификации, поэтому важно упомянуть об этом в данной работе.

2.4 Анализ геймифицированного контента издания The New York Times

Игры The New York Times увлекают читателей с момента запуска кроссворда в 1942 году в печатной версии издания. В цифровой версии тоже

существует большой отдел платных головоломок, скачиваемые игры из этой рубрики составляют значимую часть медиапроизводства. По последним найденным данным⁶ за 2018 год число подписчиков на кроссворды The New York Times превысило 453 000. Подписка на кроссворды издания стоит \$6,95 в месяц, таким образом, выручка издания за месяц только от кроссвордов составляет 3,15 миллионов долларов. Но в задачи данной работы не входит анализ игр, не привязанных к новостной повестке. Поэтому приступим к анализу геймифицированных материалов, представляющих практическую ценность, то есть тех, которые содержат какую-либо новую и актуальную информацию. В цифровой версии издания на регулярной основе выпускается пять видов геймифицированных материалов в форме классического теста, их соотношение и количество по месяцам в промежутке с мая 2020 г. по май 2021 г. представлено на графике ниже, всего за анализируемый период вышло 472 таких материала.

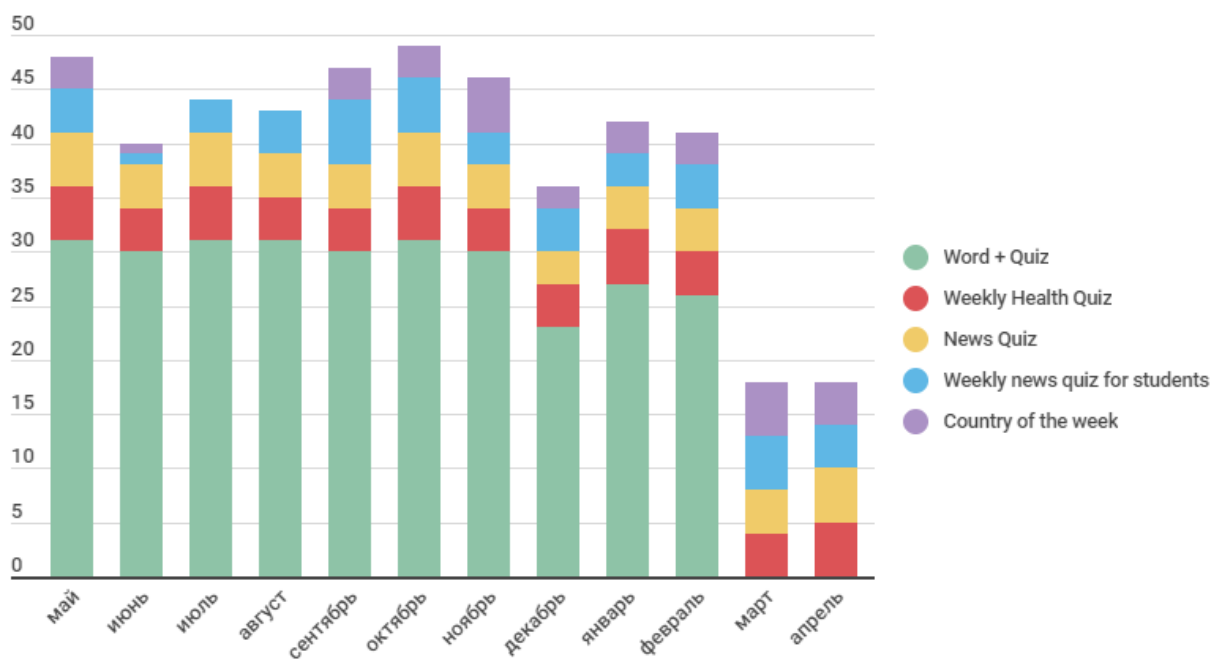


Рисунок 14— количество геймифицированных материалов в издании The New York Times с мая 2020 г. по май 2021 г.

Редакция The New York Times на постоянной основе выпускает тесты на знание главных событий прошедшей недели — «News Quiz: test your knowledge

⁶ <https://www.vedomosti.ru/technology/news/2018/06/04/771777-new-york-times>

of the week's headlines» («Новостная викторина: определите свое знание заголовков прошедшей недели»). Такие материалы выпускаются каждую пятницу в утреннее время суток. С мая 2020 по май 2021 года вышел 51 тест в таком формате. До конца 2020 названия тестов выглядели так: «News Quiz: Vaccinations, Russian Hackers, Pete Buttigieg». То есть в заголовке уже отражались главные новости прошедшей недели, с начала 2021 года название трансформировалось в «The New York Times News Quiz, April 30, 2021», теперь вместо главных событий недели просто стоит дата, когда выпущен тест.

Механика теста строится следующим образом: сначала в лиде в процентном соотношении сообщается о результатах теста прошлой недели: на какой вопрос было дано наибольшее количество правильных ответов, и на какой, наоборот, наименьшее. Далее аудитории задается вопрос «Вы следили за новостями на этой неделе?», на который можно ответить посредством выбора вариантов ответа в тесте. В среднем, в материалах представлено 10-15 вопросов с 4-5 вариантами ответа, причем большинство из них сопровождаются фотографиями. При выборе пользователем того или иного варианта ответа предоставляется информация о правильном ответе и ссылка на материал, где и можно прочитать об этой теме подробнее. Также после каждого вопроса написан процент людей, правильно ответивших на вопрос. В конце теста дается результат, в котором написано количество правильных ответов и информация о том, какой процент людей обогнал читатель. Таким образом, подобный вариант применения тестов в СМИ является отличной возможностью для того, чтобы пользователи не пропустили главные новости недели и повысили свой общий уровень знаний.

- Формат: классический тест;
- Элементы геймификации: неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, проценты, обратная связь в виде результата;
- Функция: информационная.

Подобный вид тестов, но уже под другим названием: «Weekly news quiz for students» выпускается еженедельно и по вторникам, в каждом тесте

одинаковое количество вопросов — 10 и вариантов ответа — 4. За анализируемый нами промежуток времени вышло 46 материалов данного вида. Такие тесты тоже предполагают предоставление ответов на вопросы по материалам прошедшей недели. Необходимо вставить в текст с пропущенными словами или словосочетаниями один из предложенных вариантов ответа. Проходить данный тест может каждый: он несет название «студенческого» по причине разработки информации на базе проекта The New York Times — Learning Network. Данный проект представляет собой образовательный ресурс, статьи, фотографии, инфографика, видеозаписи, иллюстрации и подкасты которого основаны на материалах The New York Times. Интерактивные еженедельные тесты помогают пользователям быть в курсе событий и познавать информацию, играя. Тем самым, материал относится к категории образовательных тестов.

- Формат: классический тест;
- Элементы геймификации: неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, проценты, обратная связь в виде результата;
- Функция: информационная.

Следующий еженедельный вид геймифицированных материалов выходит каждый четверг под названием «Weekly Health Quiz». За анализируемый нами период всего было опубликовано 53 таких материалов. Механика теста подобна двух предыдущим, которые были описаны выше. Чаще всего в материалах представлено 7 вопросов по теме здоровья с 4 вариантами ответов, один из которых правильный. В отличие от предыдущих видов теста, после выбора пользователем того или иного варианта ответа, дополнительная информация о правильном ответе не предоставляется, вместо этого дана ссылка на статью The New York Times по теме вопроса, что помогает подтвердить достоверность ответа путем отсылки к источнику информации. Чаще всего такие ссылки в тесте внутренние, то есть ведут на страницы издания. Как правило, онлайн-медиа стремятся ограничить количество внешних ссылок, поскольку это приводит к потере читательского трафика. Однако внешние

ссылки могут использоваться для партнерских материалов или адресовать аудиторию к первоисточнику новости. Использование ссылок после выбора ответа в вопросе позволяет говорить о гипертекстуальности геймифицированных материалов. Процент людей, правильно ответивших на вопрос — тоже отсутствует, зато сохраняется шкала прохождения: пользователь знает, какое количество вопросов ожидает его впереди. Таким образом, тесты данного вида построены на основе выпущенных статей издания. Подобный вариант применения тестов является отличной возможностью для того, чтобы читатели вернулись еще раз к прошлым материалам издания для более подробного изучения.

- Формат: классический тест;
- Элементы геймификации: неограниченное игровое время, присутствует шкала прохождения, обратная связь в виде результата;
- Функция: информационная.

К другому виду геймифицированных материалов в издании *The New York Times* относятся проекты на знание географических особенностей под названием «Country of the week» («Страна недели»), которые тоже выпускаются еженедельно, но уже по понедельникам. С мая 2020 по май 2021 года вышло 32 проекта в таком формате. Так, например, последний вышедший материал в анализируемом периоде материал под названием «How much do you know about Pakistan?» («Как много вы знаете о Пакистане?») направлен на повышение знаний пользователей в области географии. Тест начинается с изображения карты, на которой пользователям предлагается указать Пакистан, а затем предоставляются отрывки материалов *The New York Times*, в которых нужно правильно вставить слова. В проекте представлены вопросы в следующих категориях: география, политика, экономика, культура, история и окружающая среда. После ответа на вопрос пользователям становится доступна информация о том, сколько человек в процентном соотношении правильно ответили на данный вопрос, подробная информация по вопросу, а также ссылка на материал, в котором можно прочитать об этом подробнее. В конце теста

дается результат, в котором написано количество правильных ответов и ссылки на материалы, связанные со страной, которая представлена в тесте. Так, на еженедельной основе пользователи в деталях «изучают» ключевые аспекты новой страны. Проект подобного рода тоже можно отнести к классическому виду тестов, так как читателю необходимо ответить на ряд вопросов с правильными и неправильными вариантами ответов, более того, вид такого теста можно назвать географическим.

- Формат: классический тест;
- Элементы геймификации: неограниченное игровое время, шкала прохождения отсутствует, проценты, обратная связь в виде результата;
- Функция: информационная.

Еще один оригинальный вид геймифицированных материалов, который выпускался изданием ежедневно «Word + Quiz». Рубрика существовала с 19 сентября 2016 года по 26 февраля 2021 года, с марта она трансформировалась в рубрику «Word of the Day», где смысл остается таким же, но отсутствуют элементы геймификации. За исследуемый период вышло 290 таких материалов. Материалы создаются в сотрудничестве с платформой для повышения словарного запаса vocabulary.com. Рассмотрим особенности рубрики на основе теста «Word + Quiz: tangible» («Слово + викторина: осязаемый»). Ежедневно в редакции выбирается одно из самых употребляемых английских слов, встречаемых в материалах The New York Times на протяжении всего года. Например, слово «tangible» встречалось в 370 различных статьях, выпускаемых в течение года. В начале материала представлены различные определения этого слова. Далее пользователям предлагается прочесть несколько материалов, где употребляется данное слово, а затем пройти небольшой тест на понимание его значения. Тем самым, проект относится к виду тестов, направленных на пополнение словарного запаса пользователей, а значит, относятся к категории лексических. Функция такого теста — образовательная.

Таким образом, в цифровой версии The New York Times на регулярной основе выпускается пять видов геймифицированных материалов в форме

классического теста, их соотношение представлено ниже на круговой диаграмме:

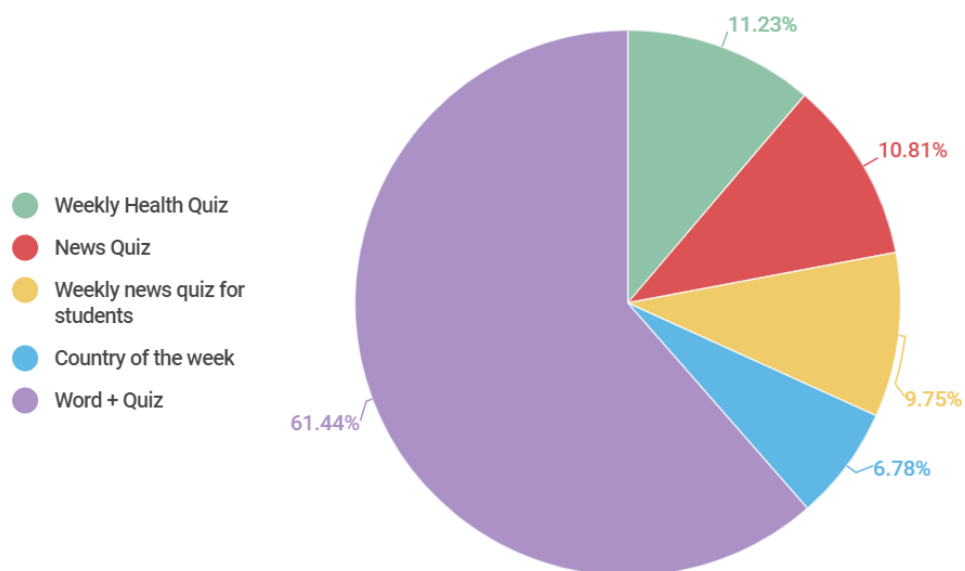


Рисунок 15 — соотношение видов геймифицированных материалов в издании The New York Times

Помимо использования геймификации в формате классических тестов в издании можно встретить и новостные игры, но они используются не так интенсивно, как тесты. Их нельзя найти в издании по рубрикам или ключевым словам, поэтому для анализа мы взяли четыре популярные игры из разных рубрик, выпущенные в разные года, для того чтобы показать их разнообразие и функции.

Игра «Gauging Your Distraction» («Измерьте, как сильно вы отвлекаетесь») была одной из первых выпущенных игр в издании The New York Times, которая стала довольно популярной. Это проект социальной направленности, который был выпущен в рубрике «Технологии». Игра рассказывает о том, как отвлекающие факторы влияют на вождение автомобиля. В ней журналисты ссылаются на данные исследований, которые показывают, что водители часто переоценивают свою способность вести автомобиль и одновременно разговаривать по телефону или писать сообщения.

В игре измеряется зависимость времени реакции игрока от внешних отвлекающих факторов. Необходимо отвечать на входящие сообщения, проезжая в нужный из пяти представленных туннелей. Ответ на сообщение выбирается из формулировки самого вопроса, например: «Мы собираемся приготовить пиццу сегодня вечером, какая у вас любимая начинка: пепперони, грибная или обычная?». Пользователи отвечают, используя мышь, нажимая буквы на виртуальном телефоне, при этом перемещаясь по разным полосам движения, чтобы не врезаться не в те ворота. Игра выполняет роль социальной рекламы, призывая водителей не отвлекаться за рулём.

Результат может быть представлен следующим образом: «во время набора сообщения вы ехали на 0,19 сек. медленнее и на 16% чаще пропускали цель. Средние показатели пользователей — 0,24 сек. и 18%». Для наглядности эти данные представлены и в виде графика. Для усиления эффекта график подписан статистикой Национального контроля безопасности: «Использование мобильного телефона провоцирует 6% всех автокатастроф и убивает 2 600 человек в год». Даже если результат игры оказывался положительным, и пользователь успевал вести машину в виртуальном пространстве и отвечать на сообщения, на сайте подчеркивалось, что писать сообщения, когда вы управляете автомобилем, запрещено. В конце игры есть ссылка на статью The New York Times о том, как опасно отвлекаться за рулём, что говорит о гипертекстуальности.

В игре есть цель — проехать дистанцию как можно быстрее и с наименьшими потерями, ответив на все поступившие сообщения. Игровые элементы: соревновательный мотив, т.е. ограниченное игровое время; понятные и простые правила игры; бросающие вызов, но вполне достижимые цели. Обратная связь не осуществляется. Проект относится к редакционным играм в новостях — как ответ на существующую проблему.

Следующая игра — «Who's Hurt by the Fiscal Impasse? You Decide» («Кто пострадает от финансовых сложностей? Вы решаете»). Это проект экономической направленности из рубрики «Политика», в котором нужно

вникнуть в устройство налоговой политики. В игре предлагается заняться управлением и планированием федерального бюджета США на ближайшие 30 лет, игрокам на попечение отдаются все налоговые и бюджетные вопросы, например, решения по пособиям по безработице. Цель игры— максимально эффективно распределить средства, собранные с налогоплательщиков.

В игре используются реальные цифры, которые создатели «Who's hurt by the fiscal impasse? You decide» собирали из официальных отчетов и документов. Анализируя их, пользователь может самостоятельно принимать решения, однако каждое из них несет экономические и социальные последствия. В игре моментально вычисляется влияние решения на дефицит федерального бюджета, на доходы разных экономических слоев с учетом ставок налогообложения, а также реакцию на новый закон представителей демократических и республиканских партий и высшего военного командования. Таким образом, игра The New York Times — наглядное пособие для граждан США и всего мира для того, чтобы понять принципы распределения федерального бюджета. Разобравшись в этом самостоятельно, повысится уровень грамотности населения в этом вопросе. Этот проект тоже можно отнести к редакционным играм, потому что он был создан в ответ на существующую проблему: налогоплательщики не понимали механизма распределения средств госбюджета.

Самая масштабная из рассмотренных игр — «The Voter Suppression Trail» («След подавления избирателей») была опубликована 3 ноября 2016 года, за несколько дней до выборов президента США в рубрике «Мнения», имея политическую направленность. В игре моделируется ситуация, в которой избиратель направляется на участок голосования. Проект предлагает участнику выбрать одного из трёх персонажей: «белого программиста из Калифорнии», «латинскую медсестру из Техаса» и «чернокожего продавца из Висконсина». Сделав выбор, игрок вводит своё имя и ему предлагается «прогуляться» до избирательного участка. Цель игры — дойти до избирательного участка и проголосовать.

Первый персонаж — белый программист из Калифорнии. Он ждёт в очереди 1 минуту и ни разу не становится «разъярён» в пути. В финале игры система напоминает не забыть проголосовать 8 ноября и предлагает найти адрес соответствующего району игрока избирательного участка и сыграть заново, но в одной из двух других ролей.

Второй персонаж — латинская медсестра из Техаса. В самом начале игры становится известно, что избирательный участок переехал, поэтому необходимо ехать до него на автобусе. Когда игрок добирается до места назначения, перед ним предстаёт очень длинная очередь, во время которой приходят разные сообщения и игрок должен решить: продолжать стоять в очереди или покинуть её. Если пользователь прошёл все испытания и отстоял свою очередь больше двух виртуальных часов, то его герой проходит в сам избирательный участок и сталкивается с тем, что некие наблюдатели следят за очередью. Далее игра рекомендует не обращать внимания на «запугивания наблюдателей» и переводит персонажа на следующий уровень, в котором нужно убегать от наблюдателей, управляя стрелками на клавиатуре или мышкой, чтобы избежать оскорбительных выражений и физической расправы от наблюдателей. Механика игры не позволяет выиграть на этом этапе, и дойти до конца, чтобы выполнить цель игры — проголосовать. Игра заканчивается изображением надгробия с надписью: «Здесь покоится голос (имя игрока). Тактика запугивания избирателей работает». Система сопровождает его сообщением: «Угроза причинения физического вреда на участках и другие тактики запугивания использовались раньше во времена законов Джима Кроу (неформального названия законов о сегрегации) и недавно снова введены в использование кандидатами в президенты».

Третий персонаж — чернокожий продавец из Висконсина. С ним приключается все то же самое, что и со второй героиней. Он сталкивается с тем, что его участок находится далеко, а доехав до него, перед ним предстает длинная очередь. За то время пока персонаж стоит в очереди, приходят разные сообщения, на которые можно ответить да или нет, от этого будет зависеть

исход игры: достоин ли персонаж в очереди или покинет её. Простоя всю очередь, герой заходит на избирательный участок, но не может выдержать давления «наблюдателей» и попадает на страницу с изображением надгробия.

Какого бы персонажа ни выбрал игрок, в нижней части экрана располагаются счётчики, которые показывают дату, которую устанавливает виртуальная реальность (день выборов), и изменение характеристик «погоды» (от свежести до палящего солнца), «разочарования» (от низкого до зубного скрежета) и «время ожидания». Таким образом, данную игру тоже можно отнести редакционному виду новостных игр. Их цель — обозначить проблему или явление, которые считаются редакцией или автором значимыми. Через этот вид игр создатели выражают собственную реакцию.

Последняя игра «Spot the Ball» («Найди мяч») была опубликована в преддверии чемпионата мира по футболу в 2018 году в рубрике «Спорт». Такой вид игр несёт лишь развлекательный характер. В игру включены шесть фотографий с игр группового этапа, на которых авторы убрали мяч с футбольного поля. Пользователю необходимо угадать, где он расположен. После выбора, указывалось процентное попадание, и показывалось правильное расположение мяча и места на изображении, на которые указывало большинство других пользователей. Данный вид игры можно отнести к играм-задачам, так как такие игры проверяют ловкость и эрудицию читателя, чаще всего в их основе не лежит исследование глубоких проблем.

Еще один приём геймификации, который можно встретить в The New York Times — интерактивные викторины и опросы в Stories в социальной сети Instagram. В этом случае геймификация выступает подводкой к новостному материалу. Сначала идёт истории с интерактивной викториной, где сформулирован вопрос и даны 4 варианта ответа, один из которых правильный (когда пользователь выбирает один из пунктов, он сразу узнает, верно ли его предположение или нет, правильный ответ загорается зеленым). Затем следует история, которую можно свайпнуть и сразу перейти к материалу на сайте издания. Другой вариант использования элементов геймификации в Stories это

интерактивные опросы. За результатами можно наблюдать в режиме реального времени. Как только кто-то ответил на опрос, в любой момент можно увидеть, какой вариант лидирует. При этом подписчик может возвращаться к истории повторно и каждый раз наблюдать за обновившимися результатами. На данный момент с помощью опросов издание собирает данные и на их основе создает материал, который доступен уже на следующей неделе. Примеры двух приёмов использования геймификации в Instagram Stories в аккаунте издания The New York Times изображены на рисунке ниже:

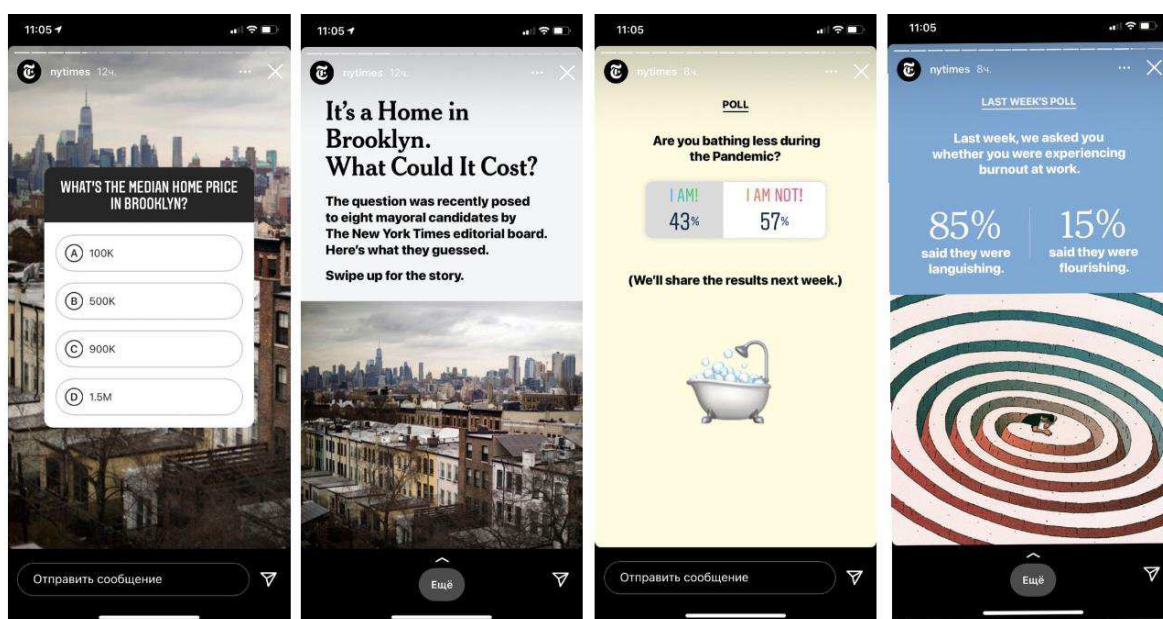


Рисунок 16 — использование приёмов геймификации в Instagram Stories в аккаунте издания The New York Times

Также важно отметить, что издание создает проекты в дополненной и виртуальной реальности. Первый материал, созданный в виртуальной реальности, назывался «Перемещённые» и рассказывал истории трёх детей, вынужденных бежать от войны в своих странах. Зрителю предлагалось воочию увидеть события в Сирии, на Украине и в Южном Судане, которые заставили больше 30 миллионов детей покинуть родные места. Всем подписчикам проекта было доставлено более миллиона Google Cardboard — специальных очков для просмотра репортажей и документальных фильмов, созданных в виртуальной реальности. В редакции считают, что материалы в технологии

дополненной и виртуальной реальности позволяют вызвать эмпатию у пользователей. На сегодняшний день выпущено 37 иммерсивных материалов. При этом большинство работ представляют собой репортажи из тех мест, в которых пользователь никогда бы не смог побывать из-за напряженной политической обстановки. Большинство из таких материалов нельзя назвать полностью геймифицированными, но некоторые из них используют элементы геймификации, поэтому важно упомянуть об этом в данной работе.

Таким образом, издание использует разные геймифицированные форматы и приёмы: классические тесты, новостные игры, интерактивные викторины и опросы в Instagram Stories, проекты в дополненной и виртуальной реальности с использованием элементов геймификации. На постоянной основе выпускаются пять видов классических тестов с похожей механикой, которые выходят еженедельно, все тесты связаны с новостной повесткой и привязаны к другим материалам издания, обычно это сделано с помощью ссылок, что говорит о гипертекстуальности геймифицированных материалов. Подобные варианты применения тестов являются отличной возможностью для того, чтобы читатели вернулись еще раз к прошлым материалам издания для более подробного изучения или же для того, чтобы пользователи не пропустили главные новости недели и повысили свой общий уровень знаний. Другой формат геймифицированных материалов в издании — новостные игры, их можно встретить в разных рубриках, таких как «Мнения», «Технологии», «Политика» и «Спорт», механика игр всегда разная, более того, такие материалы имеют не только культурно-просветительские и информационные функции, но и функции самопиара издания и увеличения глубины погружения в материал. Издание The New York Times создаёт оригинальный контент, который привлекает пользователей, и возвращает их на интересующую страницу. Геймифицированные проекты — это долгосрочный механизм увеличения трафика и узнаваемости издания за счёт расшаривания и некой «вирусности» контента.

Выводы по главе 2

Детально проанализировав четыре онлайн-медиа можно сделать вывод, что все геймифицированные материалы, опубликованные в период с мая 2020 по май 2021 года, включены в повестку дня, вписаны и в контекст актуальных событий, и в социальный контекст. Геймифицированные материалы позволяют в интерактивной форме донести новость до читателя, помочь ему в понимании сложных взаимосвязей, тогда как традиционная журналистика лишь рассказывает истории.

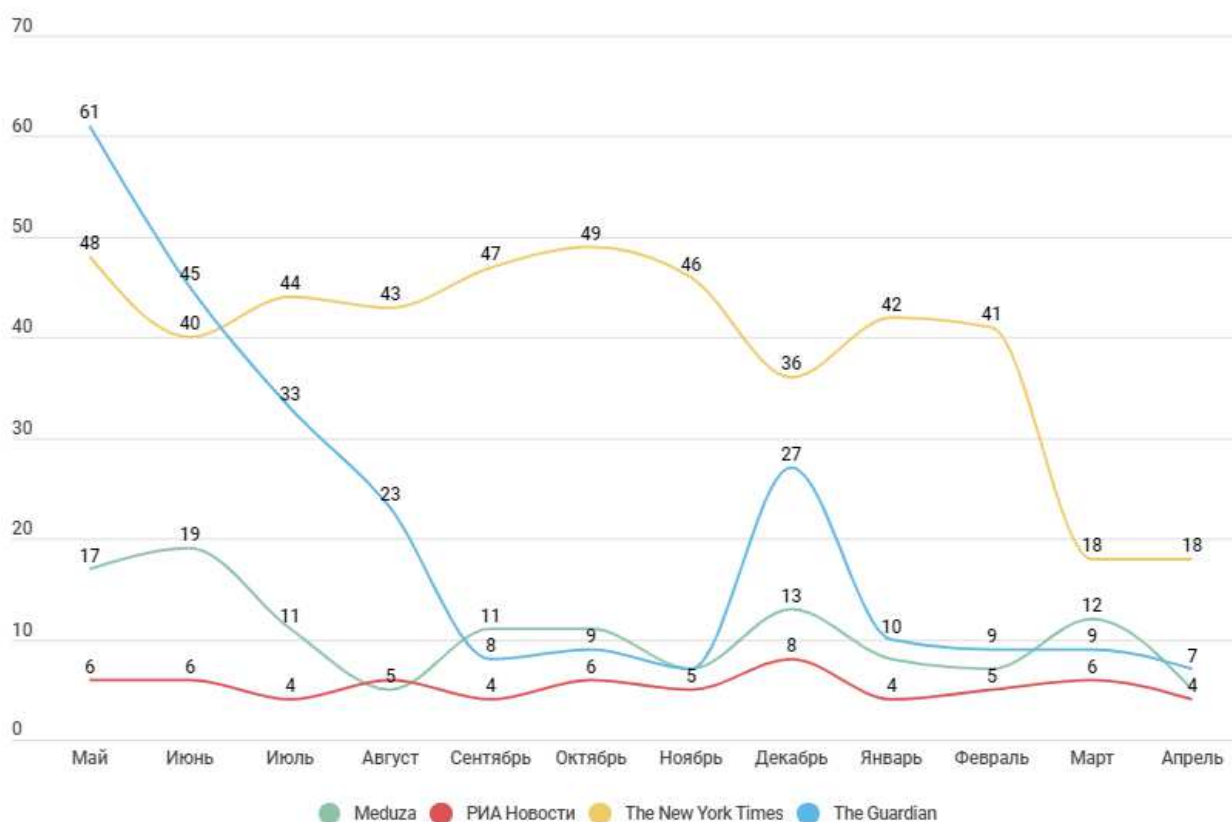


Рисунок 17 — количество геймифицированных материалов в разных изданиях с мая 2020 г. по май 2021г.

Обратив внимание на рисунок 17, можно заметить, что в течение года больше геймифицированных материалов выходит в зарубежных онлайн-медиа. Однако чаще всего это классические тесты, которые имеют одинаковую форму и механику, в то время как максимальным разнообразием форматов может похвастаться Meduza. Так, с мая 2020 года по май 2021 наибольшее количество

геймифицированных продуктов вышло в The New York Times — 472, на втором месте оказалось издание The Guardian — 248, на третьем Meduza — 126 и на последнем «РИА Новости» — 64.

Круг тем геймифицированных материалов очень широкий, это подтверждает тот факт, что с помощью геймификации можно подать материалы любой направленности, начиная от каких-либо интересных фактов, заканчивая серьезными политическими и экономическими новостями. Однако разнообразие тем в российских онлайн-медиа оказалось значительно шире, чем в зарубежных. Это связано с тем, что в изданиях The New York Times и The Guardian геймифицированные материалы выходят в определенных рубриках, каждая из которых имеет тематическую направленность. Информационными поводами для создания геймифицированных материалов в онлайн-медиа выступают определенные события и происшествия, памятные даты, высказывания чиновников и других должностных лиц. Таким образом, используя геймификацию при подаче контента, можно не только привлечь и развлечь аудиторию, но и приумножить знания читателей о происходящем в мире.

Важно отметить, что в ходе исследования выяснилось, что геймификация может выступать не только в роли отдельного полноценного материала, но и как:

- подводка к новостному материалу;
- проверка усвоения материала;
- привязка к прошлым материалам для того, чтобы читатель вернулся к ним для более подробного изучения и максимального усвоения;

Современные онлайн-медиа используют разные геймифицированные форматы: тесты разных видов (классические, вероятностные, персонифицированные), новостные игры, интерактивные викторины и опросы в Instagram Stories, проекты в дополненной и виртуальной реальности с использованием элементов геймификации, интерактивные лонгриды с использованием игровых механик (выбор персонажа, уровни, постепенный

доступ к информации и т.д). Однако самым популярным форматом, используемым журналистами при создании геймифицированного материала всё же являются именно классические тесты. Такой формат используют все анализируемые онлайн-медиа, так как тесты легки в создании и прохождении. Отметим, что элементы геймификации присутствуют и в некоторых спецпроектах изданий, чаще всего в партнерских материалах, в них можно встретить разные интерактивные элементы, например, туда могут быть встроены тесты. Функция таких материалов — рекламно-справочная. В этом случае, такая форма позволяет привлечь не только аудиторию, но и рекламодателей, которые хотят оригинально представить свой продукт или услугу. Условно все геймифицированные материалы можно разделить на пять типов: новостные, познавательные, образовательные, развлекательные и партнёрские.

Основные элементы геймификации, которые используют онлайн-медиа это: проценты (процентное соотношение ответов всех игроков), ограниченное и неограниченное игровое время, шкала прохождения, очки, обратная связь (возможность поделиться результатом в социальных сетях) — в тестовых материалах, правила, задачи и цель — в новостных играх.

Главной функцией геймификации чаще всего является информационная функция. С помощью игровых элементов журналист рассказывает о том или ином событии, факте, проблеме. Однако можно выделить и другие функции геймифицированных материалов: рекреационно-гедонистическая, рекламно-справочная, культурно-просветительская и образовательная. А также функции увеличения глубины погружения в материал; самопиар издания; игра (тест) как инфоповод. Благодаря успешной реализации каждой из этих функций в отдельности и в совокупности, геймифицированные материалы обретают способность привлекать аудиторию на сайт, могут сами быть инфоповодом, становятся эффективной формой подачи сложной информации.

Таким образом, в онлайн-медиа геймификация применяется далеко не только для развлечения аудитории, но и для работы с серьезной информацией.

Геймификация повышает вероятность, что информация будет освоена полностью, зачастую повышает уровень доверия к автору и предлагает аудиторию потреблять информацию осознано. Последний пункт — максимально актуален в современных реалиях постоянно всплывающих уведомлений и переизбытка данных. Геймифицированные продукты способны вызывать у аудитории новые эмоции, интерактивная встряска заставляет оторваться от постоянного обновления ленты в социальных сетях и заметить действительно важные проблемы. Более того, геймифицированные проекты — это долгосрочный механизм увеличения трафика и узнаваемости издания за счёт расшаривания и некой «вирусности» контента, то есть, геймификация — это способ подачи контента, который выделяет издание из ряда других конкурирующих СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день медиапространство переполнено различными материалами, количество которых многократно превышает объём их возможного потребления. Внимание аудитории уже привлекает не информация, а способ её подачи, поэтому журналисты ищут новые формы репрезентации контента. К тому же происходит изменение предпочтений людей в пользу интерактивного контента. Одним из эффективных способов привлечения аудитории и рекламодателей является геймификация, благодаря которой редакция представляет контент в интересной и яркой форме, а читатель ненавязчиво получает необходимую информацию. Тенденции геймификации, прежде всего в онлайн-медиа, являются малоизученными, потому что стремительное развитие технологий идёт впереди их теоретического осмысления. Данной проблемой и была обусловлена актуальность исследования. В ходе исследования цель работы была достигнута, а все задачи выполнены.

Изучив работы исследователей по теме геймификации в онлайн-медиа, можно сделать вывод, что геймификация в целом — это использование игровых элементов в неигровых контекстах. А геймификация в СМИ — это применение игровых элементов в самой драматургии журналистского произведения, с целью привлечения к потреблению новостного контента молодой аудитории и упрощения рутинных процессов, сложных (с точки зрения понимания) для аудитории. Если в зарубежном научном пространстве учёные придерживаются одного термина, то в отечественной науке исследователи данного вопроса не пришли к единому терминологическому аппарату. В российских работах можно встретить следующий набор обозначений: «геймиризация», «игроификация», «игрореализация», «игроизация», «играизация», однако термин «геймификация» всё же получил наибольшее распространение.

Каждый геймифицированный продукт имеет особые характеристики:

- наличие рутинного процесса;
- присутствие прогрессии, наличие цели и маршрута для достижения данной цели;
- система наблюдения за действием, а также за его результатом и собственным поведением в процессе игры дает возможность внести корректировки.

Вышеперечисленные пункты служат опознавательными знаками, признаками геймифицированного продукта. Они позволяют отсортировать другие игровые технологии от геймификации, а геймификацию от обычной игры. Фактически, признаки геймификации, это преобразованные характеристики игры. А сама геймификация — это имитация игры с преобразованной целью. Важно отметить, что существует три категории игровых элементов, применяемых в геймификации: динамики, механики и компоненты.

Во второй главе исследования была проанализирована практика применения геймификации в онлайн-медиа и выявлены особенности геймифицированного контента. Так, больше геймифицированных материалов выходит в зарубежных онлайн-медиа. Однако чаще всего это классические тесты, которые имеют одинаковую форму и механику, в то время как максимальным разнообразием форматов может похвастаться Meduza.

Круг тем геймифицированных материалов очень широкий, это подтверждает тот факт, что с помощью геймификации можно подать материалы любой направленности, начиная от каких-либо интересных фактов, заканчивая серьезными политическими и экономическими новостями. Однако разнообразие тем в российских онлайн-медиа оказалось значительно шире, чем в зарубежных. Это связано с тем, что в изданиях The New York Times и The Guardian геймифицированные материалы выходят в определенных рубриках, каждая из которых имеет тематическую направленность. Информационными поводами для создания геймифицированных материалов в онлайн-медиа выступают определенные события и происшествия, памятные даты,

высказывания чиновников и других должностных лиц. Таким образом, используя геймификацию при подаче контента, можно не только привлечь и развлечь аудиторию, но и приумножить знания читателей о происходящем в мире.

Важно отметить, что в ходе исследования выяснилось, что геймификация может выступать не только в роли отдельного полноценного материала, но и как:

- подводка к новостному материалу;
- проверка усвоения материала;
- привязка к прошлым материалам для того, чтобы читатель вернулся к ним для более подробного изучения и максимального усвоения;

Современные онлайн-медиа используют разные геймифицированные форматы: тесты разных видов (классические, вероятностные, персонифицированные), новостные игры, интерактивные викторины и опросы в Instagram Stories, проекты в дополненной и виртуальной реальности с использованием элементов геймификации, интерактивные лонгриды с использованием игровых механик (выбор персонажа, уровни, постепенный доступ к информации и т.д.). Однако самым популярным форматом, используемым журналистами при создании геймифицированного материала всё же являются именно классические тесты. Такой формат используют все анализируемые онлайн-медиа, так как тесты легки в создании и прохождении. Условно все геймифицированные материалы можно разделить на пять типов: новостные, познавательные, образовательные, развлекательные и партнёрские.

В процессе работы были выявлены ключевые особенности каждого геймифицированного формата:

- для тестов и опросов характерны возможность выстроить игровую механику на основе интересов и особенностей характера пользователя, формирование разнообразных вариантов полученных результатов, индивидуальный подход к пользователям, обеспечивающий виральность контента. Также тесты часто обладают гипертекстуальностью, так как в них

даются ссылки на статью издания по теме вопроса, что помогает подтвердить достоверность ответа путем отсылки к источнику информации;

— для новостных игр характерно объяснение сложных ситуаций путем использования игровой симуляции;

— для геймифицированных проектов в технологии виртуальной реальности характерны правдоподобность, интерактивность, эффект присутствия, трёхмерность изображения и доступность для изучения, т.е. возможность рассматривать любые детали;

— для геймифицированных материалов в технологии дополненной реальности характерны смешение физического и цифрового миров; взаимодействие с мультимедийными данными в режиме «онлайн» и интерактивное трёхмерное пространство.

При этом все рассмотренные игровые форматы и технологии объединяет интерактивность контента и высокая вовлеченность аудитории в процесс подачи информации.

Основные элементы геймификации, которые используют онлайн-медиа это: проценты (процентное соотношение ответов всех игроков), ограниченное и неограниченное игровое время, шкала прохождения, очки, обратная связь (возможность поделиться результатом в социальных сетях) — в тестовых материалах, правила, задачи и цель — в новостных играх.

Главной функцией геймификации чаще всего является информационная функция. С помощью игровых элементов журналист рассказывает о том или ином событии, факте, проблеме. Однако можно выделить и другие функции геймифицированных материалов: рекреационно-гедонистическая, рекламно-справочная, культурно-просветительская и образовательная. А также функции увеличения глубины погружения в материал; самопиар издания; игра (тест) как инфоповод. Благодаря успешной реализации каждой из этих функций в отдельности и в совокупности, геймифицированные материалы обретают способность привлекать аудиторию на сайт, могут сами быть инфоповодом, становятся эффективной формой подачи сложной информации.

Таким образом, гипотеза работы подтвердилась, в онлайн-медиа геймификация применяется далеко не только для развлечения аудитории, но и для работы с серьезной информацией. Геймификация повышает вероятность, что информация будет освоена полностью, зачастую повышает уровень доверия к автору и предлагает аудитории потреблять информацию осознанно. Последний пункт — максимально актуален в современных реалиях постоянно всплывающих уведомлений и переизбытка данных. Геймифицированные продукты способны вызывать у аудитории новые эмоции, интерактивная встряска заставляет оторваться от постоянного обновления ленты в социальных сетях и заметить действительно важные проблемы. Применение игровых моделей способствует упрощению понимания повестки дня. Используя логику, например, проходя тесты или играя в игры, основанные на реально происходящих событиях в мире, читатель вовлекается в мировые процессы и в доступной игровой форме осознает происходящее.

Однако очень важно подчеркнуть, что геймификация — это лишь приём, способ организации материала, который не может становиться первичным по отношению к содержанию и должен служить, прежде всего, общей цели публикации, что не всегда возможно.

Рассмотренные и проанализированные нами особенности, форматы и функции геймификации в современных онлайн-медиа позволяют предположить, что в будущем будет расти интерес к данному феномену, как у практиков, так и у теоретиков журналистики. На наш взгляд дальнейшее исследование геймификации в СМИ является перспективным, так как геймифицированный контент пользуется интересом у аудитории СМИ и их рекламодателей. Мы предполагаем, что возможно продолжение данного исследования, путём расширения объекта исследования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Артамонова, В. В. Развитие концепции геймификации в XXI веке / В. В. Артамонова // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2018. — №2. — С. 37-43.
- 2 Басова, М. В. Геймифицированные практики современных СМИ / М. В. Басова, В. Е. Беленко // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. — 2017. — № 6. — С. 41-52.
- 3 Беленко, В. Е. Типология геймифицированных проектов на примере англоязычных СМИ / В. Е. Беленко // Коммуникативная культура: история и современность: материалы VII Международной научно-практической конференции. — Новосибирск, 2017. — С. 46-51.
- 4 Берлянд, И. Е. Игра как феномен сознания / И. Е. Берлянд. — Кемерово : Алеф, 1992. — 96 с.
- 5 Берн, Э. Люди, которые играют в игры. / Э. Берн. — Москва : Эксмо-Пресс, 2017. — 256 с.
- 6 Больц, Н. Азбука медиа / Н. Больц. — Москва : Европа, 2011. — 136 с.
- 7 Бурлаченко, А. В. Почему геймификация работает и три основных правила мотивации? / А. В. Бурлаченко // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2013. — № 23. — С. 36-40.
- 8 Вартанова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. — 2013. — №5. С. 11-14.
- 9 Василенко, Т. В. Геймификация в русских интернет-СМИ: состояние и перспективы / Т. В. Василенко // Социально-гуманитарные знания. — 2017. — №3. С. 179-187.
- 10 Вербах, К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / К. Вербах, Д. Хантер. — Москва: Манн, Иванов, Фербер, 2015. — 208 с.

- 11 Витгенштейн, Л. Философские исследования. / Л. Витгенштейн. — Москва : АСТ, 2011. — 347 с.
- 12 Волкова, И. И. К вопросу о функциональности игры и игровых коммуникаций в современных медиа / И. И. Волкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2013. — №12. — С. 41-45.
- 13 Волкова, И. И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве / И. И. Волкова / Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. — 2017. — №2. — С. 312-20.
- 14 Григорьева, Л. Ю. Практики игрофикации в массмедиа: сопряженность персонального и имперсонального / Л. Ю. Григорьева / Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. — 2013. — №4. — С. 92-102.
- 15 Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста : учеб.-метод. пособие / А. А. Градюшко. — Минск : БГУ, 2019. — 239 с.
- 16 Доросинский, Д. В. Интерактивность как особенность современных интернет—СМИ / Д. В. Доросинский // Медиафера: тенденции и перспективы развития. —2016. —№2 — С. 5-10.
- 17 Драгун, Е. М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: дис. ...канд. культур. наук / Е.М. Драгун. — Москва, 2015. — 175 с.
- 18 Зикерманн, Г. Геймификация в бизнесе / Г. Зикерманн, Д. Линдер. — Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2014. — 257 с.
- 19 Иванько, А. Ф. Геймификация СМИ: новостные игры / А. Ф. Иванько, Л. В. Козлова // Вестник МГУП им. Ивана Фёдорова. — 2016. — №1. — С.53-55.
- 20 Ильченко, С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: автореф. дисс. ... д. филол. наук : 10.01.10 / Ильченко Сергей Николаевич. — Москва, 2012. — 47 с.

- 21 Карпенко, И. И. Геймификация в современной Российской интернет-журналистике / И. И. Карпенко, Е. Ю. Лобановская // Вопросы журналистики, педагогики, естетсвознания. — 2019. — №2. — С. 10-17.
- 22 Карпикова, И. С. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации / И. С. Карпикова, В. В. Артамонова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. Т. 7. №4. — С. 599-614.
- 23 Кравченко, С.А. Социологический постмодернизм: теоретические источники, концепции, словарь терминов / С.А. Кравченко. — Москва: МГИМО-Университет, 2010. — 396 с.
- 24 Крашенинникова, М. А. .Игровые форматы в современных зарубежных онлайн-СМИ / М. А. Крашенинникова, Ю. А. Зацепилина / Медиаскоп. — 2019. — №4.
- 25 Олешко, В. Ф. Журналистика как творчество : учебное пособие для курсов «Основы журналистики» и «Основы творческой деятельности журналиста». / В. Ф. Олешко. — Москва : РИП-Холдинг, 2003. — 356 с.
- 26 Орлова, О. В., Титова В.Н. Геймификация как способ организации обучения / О. В. Орлова, В. Н. Титова // Вестник ТГПУ. — 2015. — №9 (162). — С. 60-64.
- 27 Осиповская, Е. А. Игровое медиапространство мультимедийных англоязычных СМИ: новые тенденции в жанрообразовании: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Осиповская. — Москва, 2016. — 21 с.
- 28 Пуля, В. Геймификация СМИ: новости, в которые играют люди / В. Пуля // Журналист. — 2015. — №3.
- 29 Савицкий, В. А. Игровая технология в современных средствах массовой коммуникации / В. А. Савицкий // Теория СМИ и массовой коммуникации. — 2010. — №2.
- 30 Салин, А. К критике проекта геймификации / А. Салин // Логос. — 2015. — Т. 25, №6. — С. 100-129.
- 31 Салихова, Е. А. Специфика потребления российской молодежью геймифицированного контента / Е. А. Салихова // Медиаскоп. — 2020. — №1.

- 32 Сундукова, Т. О. Геймификация как инструмент коммуникаций / Т. О. Сундукова // Коммуникации в информационном обществе: проблемы и возможности. — 2017. — №1 — С. 226-23.
- 33 Титова, В. Н. Геймификация в медиа: признаки геймифицированного продукта / В. Н. Титова // Журналистский ежегодник. — 2015. — №4. — С.170-173.
- 34 Устюжанина, Д. А. Геймификация в интернет-СМИ: функциональный аспект [Электронный ресурс] / Д. А. Устюжанина // Сибирское медиапространство 2020 : материалы I научно-практической конференции с международным участием. — Красноярск, 2015.
- 35 Устюжанина, Д. А. Интернет-журналистика : учебное пособие / Д. А. Устюжанина. — Красноярск : СФУ, 2019. — 121 с.
- 36 Федотова, Н. А. Возможности и риски геймификации в медийной практике / Н. А. Федотова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — №2. — С. 54-59.
- 37 Федотова, Н. А. Геймификация в контексте медийной практики / Н. А. Федотова // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. — Минск, 2017. — № 2. — С. 4-11.
- 38 Финк, Э. Основные феномены человеческого бытия. / Э. Финк. — Москва : Прогресс, 1988. — 357 с.
- 39 Хейзинга, Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры / Й. Хейзинга. — Москва : Прогресс — Традиция, 1997. — 416 с.
- 40 Чиряев, В. Д. Геймификация как способ мотивации / В. Д. Чиряев/ Журнал современная наука: актуальные проблемы и пути решения. — 2013. — №5. —С.24-36.
- 41 Шитенко, Ю. О. «Новостные игры» как феномен журналистики / Ю. О. Шитенко // Вестник ЧелГУ, 2015, №5. С. 350-356.
- 42 Эльконин, Д. Б. Психология игры / Д. Б. Эльконин. — Москва : Гуманит. изд. центр Владос, 1999. — 360 с.

- 43 Bogost Y., Ferrari S., Schweizer B. *Newsgames: Journalist at play* // The MIT Press, 2010.
- 44 Conill R. F. Points, badges, and news. A study of the introduction of gamification into journalism practice — 2016. № 2. C. 45-63.
- 45 Conill R.F., Karlsson M. *The gamification of journalism* // *Emerging research and trends in gamification* / H. Gangadharbatla, D.Z. Davis, Hershey, PA: Information Science Reference, 2016.
- 46 Deterding S., Kahled R., Nacke L., and Dixon D. *From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification* / *MindTrek '11 Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, pages 9-15. ACM, 2011.
- 47 Kapp K. *The Gamification of Learning and Instruction*. John Wiley & Sons, 2012.
- 48 Marczewski A. *Gamification: A simple introduction & a bit more*. // Amazon Digital Services LLC, 2013.

ПРИЛОЖЕНИЕ А Контент-анализ издания Meduza

Таблица А. 1 — Контент-анализ издания Meduza

№	Дата публикации	Название игры	Информационный повод	Тематика	Жанр (формат)	Вид теста	Элементы геймификации: компоненты, механики	Элементы оформления	Функция
1	22.04.2021	Религиозная группа «Благородный Орден Дьявола» или общество темных старейшин «Душа ангела»? В России пачками запрещают организации — или объявляют их «иноагентами». Попробуйте понять логику властей	Запрет организаций в России и объявление их «иноагентами». Тест к событию	Политика	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 18 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Рекламно-справочная функция. Этот тест создан вместе с правозащитным центром «Мемориал»
2	16.04.2021	Древний Рим или Древняя Греция? Тест, где нужно постараться не перепутать Парфенон и Пантеон (и много чего еще!)	Тест к выпуску шоу «Скажи Гордеевой» Мариной Лошак, директором Пушкинского музея. Тест к выпуску материала на «Медузе»	Города и страны	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 20 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: Древняя Греция или Древний Рим; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фото	Культурно-просветительская функция
3	12.04.2021	Облако или нефтеразлив? Определите по фотографии, сделанной из космоса	- Тест создан для обращения внимания читателей на экологические проблемы	Экология	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации : фотографии из космоса	Рекламно-справочная функция. Этот тест создан вместе с Greenpeace
4	08.04.2021	Пожалуйста, уберите от экранов детей и людей из «официальных органов» Сейчас на вас будут негативно	Музей «Эрмитаж» регулярно получает жалобы о негативном влиянии обнаженных скульптур на	Искусство и культура	Супертест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов без правильного ответа, ответы	Статичные иллюстрации : фотографии	Рекреационно-гедонистическая функция

		влиять обнаженные скульптуры. Влияют? Уже чувствуете, да? Отвечайте честно!	детей. На этот раз жалоба пришла из официальных органов. Тест к событию				пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.		
5	01.04.2021	Кони или люди? Тест по мотивам высказывания Валентины Матвиенко. Даже не тест, а какой-то бред!	Спикера Совета Федерации Валентину Матвиенко возмутила песня певицы Манижи, которую Россия представит на международном конкурсе «Евровидение» в 2021 году. Валентина Матвиенко сказала: «Кони-люди какие-то и вообще какой-то бред». Тест к событию	Животные	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 12 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: кони или люди; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фото	Культурно-просветительская функция
6	30.03.2021	Вы переезжали в другой город, но оказались на улице. Попробуйте продержаться как можно дольше Игра «Медузы» и благотворительной организации «Ночлежка» ко Дню бездомного человека	30 марта в России отмечают День бездомного человека. Цель этой акции — привлечь внимание к людям, которые оказались на улице (часто не по своей воле). Тест к календарной дате	Социальные проблемы	Вероятностный тест (текстовый квест) В конце теста много полезного материала. И в самом тесте тоже	Познавательный	— 7 вопросов; — от 2 до 3 вариантов ответа, правильного или неправильно нет, нужно выбрать то, что больше подходит игроку. У каждого варианта ответа в каждом вопросе есть какое-то количество исходов, выпадающих с разной вероятностью; — Каждое решение игрока может привести к неожиданному результату; — Очки. Могут прибавляться или убавляться после каждого ответа. Одна графа очков: здоровье; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — В конце теста много полезного дополнительного материала.	Статичные иллюстрации	Рекламно-справочная функция. Этот тест создан вместе с благотворительной организацией «Ночлежка»
7	27.03.2021	Малевич или Кандинский? Сможете не перепутать и пройти без единой ошибки? Это тест на вылет!	Тест к выпуску шоу «Скажи Гордеевой» с Зельфирой Трегуловой — директором Пушкинского музея. Тест к выпуску материала на «Медузе».	Искусство и культура	Тиндер-тест (на вылет после неправильного ответа)	Познавательный	— Очки; — 14 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, после первого неправильного ответа игра заканчивается; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует;	Карточки с фотографиями и картин	Культурно-просветительская функция

							— Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.		
8	18.03.2021	Путин. Опять. Смешно. Пошутил. Что ж, оцените его чувство юмора. Он будет пытаться вас рассмешить, а вы отвечайте честно: смешно или нет	Ответ Путина детской дразнилкой на высказывание Джо Байда Тест к событию	Путин	Баунсер	Развлекательный	— Механика: есть только два варианта ответа, центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра, которая отклоняется то влево, то вправо в зависимости от ответов; от положения стрелки зависит итоговый результат. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	Карикатура	Рекреационно-гедонистическая функция
9	14.03.2021	Какой стороной вставите кассету в плеер? Почему пленка разного цвета? Ностальгический тест, который пройдут только те, кто застал аудиокассеты. Памяти их создателя Лу Оттенса	Смерть Лу Оттенс — изобретателя аудиокассеты. Тест к событию	Общая эрудиция	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — от 2 до 4 вариантов ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации + видео	Культурно-просветительская функция
10	13.03.2021	Правда, что в приютах только беспородные животные? И кажется, они более агрессивны, да? Проверьте, сколько у вас в голове мифов о животных из приютов	фестиваль «Юна-Фест», на котором можно будет выбрать кошку или собаку из приюта. Тест к событию	Животные	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 12 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: кони или люди; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой; — В конце теста очень много полезной дополнительной информации.	Карточки с фото	Рекламно-справочная функция. Этот тест создан вместе с центром реабилитации временно бездомных животных «Юна»
11	11.03.21	Твиттер, притормози! Почувствуйте себя Роскомнадзором — и попробуйте замедлить твиттер. Хочется верить, ничего не получится!	Замедление твиттера Роскомнадзором Тест к событию	Интернет	Игра (по типу змейки)	Развлекательный	— Правила: Нужно двигать квадратом с логотипом РКН, чтобы замедлить твиттер, необходимо отвоевать как можно больше территории. — 5 уровней: на первом этапе надо захватить 70% поля, на втором — 75%, далее — все больше и больше. — Ограниченное число попыток (3 жизни); — Процентная шкала прохождения; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться	Анимация	Рекреационно-гедонистическая функция

							результатом в социальных сетях; — Механика: управление кнопками клавиатуры или свайпами на мобильном устройстве.		
1 2	09.03. 2021	«Спутник V» сравнили с русской рулеткой. Вроде бы все знают, что это такое. Но что там с вероятностями? Экспресс-тест «Медузы»	Глава Европейского агентства лекарственных средств Криста Виртумер-Хохе сказала, что одобрять применение «Спутника V» — это как играть в русскую рулетку. Тест к событию	Здоровье	Классический тест	Математический	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 3 вопросов; — от 2 до 4 вариантов ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	-	Рекреационно-гедонистическая функция
1 3	06.03. 2021	Режим инкогнито в браузере — хороший способ скрыть, на каких сайтах я бываю. Или не очень хороший? Тест о приватности в интернете	- Тест как инфоповод про приватность в интернете	Интернет	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — от 2 до 7 вариантов ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце теста ссылка на доп. материал по теме.	-	Культурно-просветительская функция
1 4	06.03. 2021	5G — это очень быстро. Допустим, гигабит в секунду. А вы понимаете, сколько это? Вот этот тест вас взбесит (ух, как взбесит!)	В России появилась первая вышка 5G Тест к событию	Интернет	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце теста ссылка на доп. материал по теме.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
1 5	03.03. 2021	«Я политикой не интересуюсь», — скажет кто-нибудь из вас. «Спорим, что интересуетесь?» — ответим мы Политический тест «Медузы»	Тест как инфоповод	Политика	Баунсер	Развлекательный	— Механика: есть только два варианта ответа, центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра, которая отклоняется то влево, то вправо в зависимости от ответов; от положения стрелки зависит итоговый результат. — Обратная связь: результат (информация об	Карикатура	Рекреационно-гедонистическая функция

							успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.		
1 6	01.03. 2021	Полиция или милиция? Тест в честь 10-летия величайшей реформы, изменившей ход истории. Поставьте полицейских и милиционеров на место (в заголовках новостей)	Ровно 10 лет назад в России перестала существовать милиция. По инициативе президента Дмитрия Медведева ее переименовали в полицию. Тест к событию	Новости разных лет	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 16 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: милиция или полиция; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
1 7	28.02. 2021	Какая буква алфавита самая редкая? Какой цвет глаз имеют только 2% людей? Тест про все самое редкое	28 февраля — Международный день редких заболеваний. Но редкий — не значит незаметный. В нашем мире очень много редких вещей, часто о них даже не знают, но все же они есть. Тест к календарной дате.	Общая эрудиция	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 9 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце теста много информации по теме и ссылки на доп. материалы.	Фотографии, видео	Рекламно-справочная функция. Тест подготовлен вместе с благотворительным фондом «Живи сейчас».
1 8	27.02. 2021	Полицейские придумывают самые нелепые причины, чтобы не пускать адвокатов в ОВД. Сможете пробиться к задержанным? Тест «Медузы» и «ОВД-Инфо»	Число задержаний на акциях протеста в поддержку Алексея Навального превысило 11 тысяч. Во многих отделах полиции, куда доставляли людей, вводили план «Крепость», который позволяет никого не впускать и не выпускать из отдела. Полицейские зачастую придумывают самые нелепые причины ввести этот план. Тест к событию	Правовые нормы	Супертест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 6 вопросов без правильного ответа, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — Дополнительная информация по теме в конце теста.	Статичные иллюстрации : фотографии	Рекламно-справочная функция. Тест подготовлен вместе с «ОВД-Инфо».
1 9	21.02. 2021	Дзержинский или Невский? Тест, где нужно угадать топ самых популярных памятников России	25 февраля в Москве планируют начать опрос жителей Москвы, чтобы определить, какой памятник установят на Лубянской площади — Александру Невскому или Феликсу	Искусство и культура	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 9 вопросов; — от 2 до 8 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об	Статичные иллюстрации : фотографии	Культурно-просветительская функция

			Дзержинскому. Тест к событию				успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце теста ссылка на доп. материал по теме.		
20	20.02.2021	КНДР рассказала, как правильно называть Ким Чен Ына. Гений среди гениев или лучший из лучших? Короткий тест по титулам лидера Северной Кореи	МИД КНДР разослал посольствам рекомендации о том, как следует называть лидера Северной Кореи Ким Чен Ына. Тест к событию	Политика	Тиндер-тест (на вылет после неправильного ответа)	Познавательный	— Очки; — 11 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: Ким Чен Ын или Не Ким Чен Ын, после первого неправильного ответа игра заканчивается; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фото	Культурно-просветительская функция
21	13.02.2021	Что это значит — 🐼? А это — 🐼? Тест, в котором нужно понять реальное значение разных эмодзи	Открытие выставки лауреата премии Кандинского Альберта Солдатова («Обезьянка, не видящая зла»). Тест к событию	Искусство и культура	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце теста рекламная ссылка на доп. материал по теме.	Статичные иллюстрации : фотографии	Рекламно-справочная функция. Тест подготовлен вместе с Московской галерей pop/off/art
22	08.02.2021	Это было в треке Оксимирона или «Тараканов»? Тест в поддержку главного редактора «Медиазоны» Сергея Смирнова, которого посадили на 25 суток за шутку	Арест главреда «Медиазоны» Сергея Смирнова на 25 суток Тест к событию	Музыка	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 13 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: Оксимирон или Тараканы; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
23	07.02.2021	Тусовка или туфта? Тест про лагерный жаргон, который мы используем в повседневной	Музей истории ГУЛАГа и Фонд Памяти опубликовали словарь лагерной лексики,	Русский язык	Классический тест (лексический)	Лексический	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков);	-	Рекламно-справочная функция.

		речи. Это еще нужно постараться, чтобы найти выражение, где его нет!	который бывший узник ГУЛАГа Леонид Городин составлял на протяжении двадцати лет. Тест к событию				— 10 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце теста рекламные ссылки на доп. материал по теме.		Тест подготовлен вместе с Музеем истории ГУЛАГа
2 4	04.02. 2021	На хаях шортить будете? Или IPO дождется? Тест для тех, кто хочет понимать язык инвесторов. К запуску нового сезона подкаста «Калькулятор»	Запуск нового сезона подкаста «Калькулятор» Тест к событию	Экономика	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	-	Культурно-просветительская функция
2 5	26.01. 2021	Кажется, Путин вообще не отличает фотопшоп от реального снимка. Но вы-то точно отличите? Сейчас проверим!	Заявление президента РФ Владимира Путина, что фотография, на которой он якобы плавает в бассейне в своем «дворце» из расследования Алексея Навального, — фейк. Тест к событию	Путин	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 15 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: фотопшоп или реальное фото; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фото	Рекреационно-гедонистическая функция
2 6	22.01. 2021	Зимний дворец или Букингемский? А может, Версаль? Тест о дворцах, в существовании которых никто не сомневается	Расследование Алексея Навального про дворец Путина Тест к событию	Искусство и культура	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — от 4 до 9 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации : фотографии	Культурно-просветительская функция
2 7	19.01. 2021	Цех обработки яиц или копчения колбас? Попробуйте угадать, чего нет во «дворце Путина»	Расследование Алексея Навального про дворец Путина Тест к событию	Путин	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 25 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов.	Карточки с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция

							— Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.		
28	18.01.2021	Кто во всем виноват — Запад, Запад или все-таки Запад? Геополитический тест по следам заявлений МИД России	Глава МИД России Сергей Лавров заявил, что западные политики комментируют возвращение Алексея Навального в Россию, чтобы отвлечь мир «от глубочайшего кризиса, в котором оказалась либеральная модель развития». Тест к событию	Политика	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Анимированные иллюстрации	Рекреационно-гедонистическая функция
29	07.01.2021	Когда это было: до Рождества Христова или после? Тест ко дню рождения Иисуса Христа	Рождество Христово Тест к календарной дате.	История	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 17 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с иллюстрациями и текстом	Культурно-просветительская функция
30	05.01.2021	Часто смотрите «След»? Или включаете только фоном? Проверим! Сложный тест «Медузы» по самому длинному сериалу российского телевидения	Сериал «След», который идёт 13 лет, стал рекордсменом по количеству эпизодов: их стало больше, чем 2500. Тест к событию	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации : фотографии	Культурно-просветительская функция
31	01.01.2021	Вот теперь действительно — самая безумная игра «Медузы». Проверим, протрезвели вы после новогодней ночи или нет	Новый год Тест к календарной дате.	Новый год	Игра	Развлекательный	— Правила: нужно следить за белым кружком (снежком), который убегает от пользователя. На компьютере нужно держать на снежке курсор, в мобильной версии — палец. Пространство вокруг будет сужаться, когда игрок не будет справляться с задачей. Чем	Анимация	Рекреационно-гедонистическая функция

							дольше он продержится, тем больше выше процент «трезвости» в конце игры; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Время ограничено.		
3 2	01.01. 2021	В каком году мы проснулись: в двух тысяче двадцать первом или в две тысячи двадцать первом? Опохмеляющий тест по русскому языку. Проверьте, не забыли ли вы русский язык после новогодней ночи	Новый год Тест как инфоповод	Русский язык	Классический тест (лексический)	Лексический	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	-	Образовательная функция
3 3	31.12. 2020	Слушайте, а все-таки пять минут — это много или мало? Важный новогодний опрос	Новый год Тест как инфоповод	Познай себя	Опрос	Анализирующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 1 вопрос; — 2 варианта ответа, правильного нет; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	Видео	Опрос создан для анализа мнения аудитории
3 4	31.12. 2020	«Ирония судьбы» все видели столько раз, что помнят наизусть. Но вот настоящий челлендж: попробуйте расставить кадры из фильма по порядку Миссия невыполнима? Или выполнима?	Новый год Тест как инфоповод	Фильмы, сериалы и шоу	Игра	Развлекательный	— Правила: с помощью стрелочек нужно расставить кадры из фильма в хронологическом порядке; — Ограниченное число попыток (5); — Очки; — Шкала прохождения присутствует; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	Статичные иллюстрации : кадры из фильма	Рекреационно-гедонистическая функция
3 5	30.12. 2020	Облачно, возможны осадки в виде оливье. Новогодняя игра в «линии», но про салат. Здесь нужно нарезать очень (очень!) много оливье	Новый год Тест как инфоповод	Новый год	Игра (три в ряд)	Развлекательный	— Правила: нужно настрогать как можно больше ингредиентов за 60 секунд. Чтобы нарезать — надо составить как минимум три ингредиента в один ряд (три колбаски, три картошечки и так далее). Продукты схлопнулись, упали в таз, потом нарежете еще таз, и еще. До тех пор, пока не истекло время; — Уровни; — Ограниченное время в каждом уровне: 60 секунд; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока).	-	Рекреационно-гедонистическая функция
3	30.12.	Симулятор корпоратива. Вам	Новый год	Новый год	Вероятностный	Развлекательный	— 8 вопросов;	Статичные	Рекреационно-

6	2020	доверили стать диджеем, попробуйте продержаться хотя бы до полуночи. И сделать так, чтобы с вечеринки никто не ушел. Кстати, можно без маски!	Тест как инфоповод		тест (текстовый квест)		— 3 варианта ответа, правильного или неправильно нет, нужно выбирать то, что больше подходит игроку. У каждого варианта ответа в каждом вопросе есть какое-то количество исходов, выпадающих с разной вероятностью; — Каждое решение игрока может привести к неожиданному результату; — Очки. Могут прибавляться или убавляться после каждого ответа. Две графы очков: уважение, настроение; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	иллюстрации	гедонистическая функция
37	29.12.2020	Спорим, ваш 2020-й прошел не так уж плохо? Сейчас мы вас в этом убедим! Ну, хотя бы попытаемся	Подведение итогов года Тест как инфоповод	Итоги года	Баунсер	Развлекательный	— Механика: есть только два варианта ответа, центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра, которая отклоняется то влево, то вправо в зависимости от ответов; от положения стрелки зависит итоговый результат. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	Анимация	Рекреационно-гедонистическая функция
38	28.12.2020	«Это я в 2020-м!» Мем-конструктор «Медузы» Соберите свой образ в этом безумном году и сохраните для будущих поколений. Пусть знают, что нам пришлось пережить!	Подведение итогов года Тест как инфоповод	Итоги года	Игра (Конструктор)	Развлекательный	— Выбор: необходимо выбрать место, себя и героя картины, получится иллюстрация пользователя в 2020-м году. — Неограниченное игровое время; — Результатом можно поделиться в социальных сетях.	Конструктор	Рекреационно-гедонистическая функция
39	27.12.2020	Ну что, ребяташки, девчонки и мальчишки, хорошо вели себя в этом году? Наверняка хорошо! Проверим, сможете ли вы порадовать Дедушку Мороза	Подведение итогов года Тест как инфоповод	Итоги года	Баунсер	Развлекательный	— Механика: есть только два варианта ответа, центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра, которая отклоняется то влево, то вправо в зависимости от ответов; от положения стрелки зависит итоговый результат. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	Анимация	Рекреационно-гедонистическая функция
40	26.12.2020	Что бы вы хотели оставить в 2020 году? Выбирайте! Маски? Зум? Шутку Гордона про Обаму? Может, вообще все!	Подведение итогов года Тест как инфоповод	Итоги года	Опрос	Анализирующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 1 вопрос; — 11 вариантов ответа, правильного нет; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории

							результатом в социальных сетях.		
4 1	25.12. 2020	Laaaaast Christmas, I gave you my heart? Или правильно give you? Поем главную рождественскую песню и заодно проверяем английский	Новый год Тест как инфоповод	Музыка	Классический тест (лексический)	Лексический	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 12 вопросов; — от 2 до 5 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации с текстом	Образовательная функция
4 2	24.12. 2020	Что-то новости пошли такие, что уже неясно, то ли 2020-й сейчас, то ли 1996-й. Вы как, еще помните, какой сейчас год? Слегка ностальгический тест «Медузы» по новостям разных эпох	Тест как инфоповод	Новости разных лет	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 17 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: 1996 или 2020 — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
4 3	20.12. 2020	Песков сказал, что у Путина нет бункера. Мы посмотрели: оказалось, он постоянно рассказывает, чего нет у Путина, а что есть Интернет есть? А мотоцикл? А план развития страны? Проверьте, как хорошо вы знаете президента	Заявление Дмитрия Пескова о том, что никаких бункеров у Владимира Путина нет. Тест к событию	Путин	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 14 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
4 4	18.12. 2020	Прокуратура потребовала запретить песню Моргенштерна «Я съел деда». У нас к вам только один вопрос (Теперь читатели «Медузы» видели все)	Прокуратура внезапно попросила запретить песню «Я съел деда», которую исполняет рэпер Моргенштерн. Ее послушают на заседании суда. Тест к событию	Музыка	Опрос	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 1 вопрос; — 2 варианта ответа, правильного нет; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	Статичная иллюстрация : фото	Опрос создан для анализа мнения аудитории
4 5	01.12. 2020	На концерты ходите? Может, в театры? А в гости? Опрос про личные ограничения в период пандемии Только отвечайге	На прошлой неделе в Санкт-Петербурге прошли концерты известных исполнителей, на которые	Коронавирус	Опрос	Анализирующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов;	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории

		честно!	пришло много людей. Многие обвинили артистов и пришедших слушателей в том, что они подвергают риску других людей, которые на концерты не ходят. Тест к событию				— от 2 до 3 вариантов ответа, правильного нет, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос.		
4 6	29.11. 2020	Аптека, улица — и что? Тест к 140-летию Александра Блока	140 лет назад родился Александр Блок Тест к календарной дате.	Литература	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 9 вопросов; — от 2 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	-	Образовательная функция
4 7	25.11. 2020	Лошадка ржала́ или ржа́ла? Мама кла́ла или клала́? Тест, где надо поставить правильно ударения Подкасты «Сперва роди» и «Розенталь и Гильденстерн» представляют	Тест как инфоповод	Русский язык	Тиндер-тест (фонетический)	Фонетический	— Очки; — 15 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой. — В конце ссылки на подкасты медузы по теме теста.	Карточки с текстом	Образовательная функция
4 8	19.11. 2020	В Москве — первый снегопад! А значит, пора пройти тест по главной песне про снег. Снег растаявший — он вода? Или беда? Вспоминайте хит Филиппа Киркорова!	Снегопад в Москве Тест к событию	Музыка	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — от 2 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Анимированные иллюстрации	Рекреационно-гедонистическая функция
4 9	17.11. 2020	Смотрите, перед вами тест, где, хочется вам того или нет, нужно расставить запятые: одну, знаете ли, тут, другую — там Сразу уточняем: тест на	Выход нового выпуска подкаста «Розенталь и Гильденстерн» про пунктуацию Тест к событию	Русский язык	Тиндер-тест (на вылет после неправильного ответа)	Пунктуационный	— Очки; — 28 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, после первого неправильного ответа игра заканчивается;	Карточки с текстом	Образовательная функция

		вылет, ответили неверно — надо начинать заново					— Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.		
50	15.11.2020	Мастурбация полезна? Проблемы с эрекцией — часть старения? А как провериться на рак простаты? Сложный тест о мужском здоровье	Тест как инфоповод (полноценный материал)	Здоровье	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением и ссылками на материалы по теме); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Рекламно-справочная функция. Тест подготовлен вместе с фондом «Не напрасно»
51	14.11.2020	Кинокефал, человек с отвалившимся задом или Навальный? Тест по книге о необычных иконах	Выход книги «Иконографический беспредел» культурного антрополога Сергея Зотова. Тест к событию	Литература	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
52	02.11.2020	Считанные или считанные секунды? Раненый в плечо или раненный в плечо? Тест по одному из самых сложных правил русского языка — Н или НН Правила строгие! Ошиблись — начинаете заново	Выход нового выпуска подкаста про русский язык «Розенталь и Гильденстерн». Эпизод посвящен одному из самых непростых правил русского языка — правописанию -н- и -нн-. Тест к событию	Русский язык	Тиндер-тест (на вылет после неправильного ответа)	Орфографический	— Очки; — 22 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, после первого неправильного ответа игра заканчивается; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Образовательная функция
53	31.10.2020	Бу! Доллар по 150 рублей. 5% на телефоне, а зарядки нет! Сейчас мы вас запугаем! Хеллоуин все-таки	Хеллоуин Тест к календарной дате	Познай себя	Баунсер	Развлекательный	— Механика: есть только два варианта ответа, центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра, которая отклоняется то влево, то вправо в зависимости	Анимация	Рекреационно-гедонистическая функция

							от ответов; от положения стрелки зависит итоговый результат. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.		
5 4	29.10. 2020	Готовы работать в полиции? А если квартиру дадут? А сотрудничать с неприятными людьми за большие деньги? Экспресс-проверка на конформизм	Тест как инфоповод	Познай себя	Супертест	Персонафицированный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов без правильного ответа, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Анимированные иллюстрации	Рекреационно-гедонистическая функция
5 5	27.10. 2020	Исполняем мечту миллионов россиян — добро пожаловать на шоу «Поле чудес». Вращайте барабан! И попробуйте выиграть АААФФФТАМАБИИИЛЬ!	Юбилей самой народной передачи. 30 лет назад показали первый выпуск капитал-шоу «Поле чудес». Тест к календарной дате	Общая эрудиция	Игра	Развлекательный	— Правила: все как в настоящей игре: надо вращать барабан, угадывать буквы и слово; — Много вопросов — Ограниченное число попыток (3 жизни); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	Анимация	Рекреационно-гедонистическая функция
5 6	25.10. 2020	Noize MC или Антоха MC? Тест про современную русскую музыку к запуску подкаста «Творческие планы» Пройдите его прямо сейчас!	На «Медузе» вышел новый подкаст «Творческие планы», где Александр Филимонов разговаривает с музыкантами. Тест к выпуску материала на «Медузе»	Музыка	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации с текстом	Культурно-просветительская функция
5 7	21.10. 2020	При ком это так Москва похорошела — при Собянине или еще при Лужкове? Фототест «Медузы» К 10-летию правления нынешнего мэра	21 октября 2020 года исполняется 10 лет с тех пор, как Сергей Собянин возглавил Москву. Тест к календарной дате	История	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 20 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: при Лужкове или при Собянине; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фотографиями	Культурно-просветительская функция
5	20.10.	«Кровавый спорт» или	Юбилей Жан-Клод Ван	Фильмы,	Классический	Развлекательный	— Проценты	Анимирован	Рекреационно-

8	2020	«Кикбоксер»? Угадайте фильм по вертушке Ван Дамма! Поздравляем с прошедшим 60-летием, кстати!	Дамма. Тест к календарной дате	сериалы и шоу	тест		(процентное соотношение ответов всех игроков); — 5 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	ные иллюстрации	гедонистическая функция
59	16.10.2020	Милый, не грехи, напиши! Или согрехи? Тест по песне «Ясный мой свет» — одному из главных хитов 90-х	Тест к выпуску шоу «Скажи Гордеевой» с Татьяной Булановой. Тест к выпуску материала на «Медузе»	Музыка	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 9 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Анимированные иллюстрации	Рекреационно-гедонистическая функция Анонсирующая
60	13.10.2020	Сейчас мы назовем ваш реальный возраст, опираясь на советы Павла Дурова. Готовы?	Павел Дуров опубликовал у себя в телеграм-канале список советов, которые помогают ему выглядеть моложе своего возраста. Тест к событию	Познай себя	Супертест	Персонафицированный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов без правильного ответа, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Статичные иллюстрации с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
61	09.10.2020	На вас вся надежда — спасите рубль от падения! Игра «Медузы», в которой нужно чеканить монету	Падению рубля Тест к событию	Экономика	Игра	Развлекательный	— Правила: нужно чеканить монету (кликать на нее!), попытаться как можно дольше удержать рубль в воздухе и не дать ему упасть.	-	Рекреационно-гедонистическая функция
62	03.10.2020	Проверим, есть ли у вас сверхъестественные способности. Битва экстрасенсов! Плюем через левое плечо, крутимся по часовой стрелке	На канале ТНТ стартовал 21-й (!) сезон шоу «Битва экстрасенсов». Тест к событию	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 5 вопросов; — Одинаковые ответы в каждом вопросе (с 1 по 21 сезон); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Видео	Рекреационно-гедонистическая функция
6	02.10.	Ночью просыпались?	Выход нового сезона	Познай себя	Опрос	Анализирующий	— Проценты	-	Опрос создан

3	2020	Подгузники меняли? Отпуск по уходу брали? Опрос «Медузы» (строго) для отцов. К выходу нового сезона подкаста «Сперва роди», разумеется!	подкаста «Сперва роди», в котором ведущие будут приглашать в гости отцов с уникальным опытом.				(процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — от 2 до 7 вариантов ответа, правильного нет, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос.		для анализа мнения аудитории
6 4	26.09. 2020	«Что такое совня? Для чего нужна мутовка? Сейчас посмотрим, что вы знаете про средневековый быт москвичей».	Открытие выставки «История Москвы для детей и взрослых» в Музее Москвы Тест к событию	История	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 12 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с очень подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Фотографии	Культурно-просветительская функция
6 5	25.09. 2020	Юрий Дудь или Ксения Собчак? А может, Алексей Пивоваров? Узнайте, кто вы из интервьюеров российского ютьюба	Тест к выпуску шоу «Скажи Гордеевой» с Наталией Мещаниновой — сценаристом «Аритмии» и режиссером «Сердца мира». Тест к выпуску материала на «Медузе»	Фильмы, сериалы и шоу	Супертест	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов без правильного ответа, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Статичные иллюстрации	Рекреационно-гедонистическая функция
6 6	24.09. 2020	"«Собака Баскервилей» или «Этюд в багровых тонах»? «Что вы знаете о главном детективе всех времен — Шерлоке Холмсе. Выглядит элементарно, но вообще придется хорошенько покопаться в чертогах разума»"	23 сентября на Netflix вышел фильм Гарри Брэдбига «Энола Холмс» — о юной сестре Шерлока Холмса, которая обладает тем же талантом к дедукции, что отличает ее родню.	Литература	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

6 7	18.09. 2020	"«Кремлевский телекринж» или «Варламов в стране блинов»? Попробуйте отличить фейковое превью от настоящего Проверьте, часто ли вы сидите в ютубе"	Превью в ютубе с каждым днем становятся все безумнее. Настолько, что в социальных сетях появилось сообщество, посвященное фейковым превью. Тест как инфоповод	Фильмы, сериалы и шоу	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 17 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный: фейковое или настоящее; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фотографиями	Рекреационно-гедонистическая функция
6 8	18.09. 2020	«Сейчас мы вас инвертируем! Да-да, как в «Доводе» Игра «Медузы» по мотивам фильма одного гения»	Выход в прокат фильма «Довод» Тест к событию	Фильмы, сериалы и шоу	Игра по типу «Flappy Bird»	Развлекательный	— Правила: нужно нажимать на мышку или на экран — и держаться на нужном уровне; — Цель: Цель пролететь весь день (24 очка) и не задеть ни один столб.	Анимация	Рекреационно-гедонистическая функция
6 9	08.09. 2020	Раньше гадали на книгах, но времена меняются. Погадаем-ка на... ммм... на Моргенштерне! Что нам еще готовит этот безумный 2020 год? Самый актуальный поэт отвечает строчками из своих песен	Игра как инфоповод	Музыка	Игра (рандомайзер)	Развлекательный	— Генератор предсказаний; — Результатом можно поделиться в социальных сетях;	-	Рекреационно-гедонистическая функция
7 0	08.09. 2020	После просмотра фильма «Довод» осталось много вопросов. Но главный такой: Нолан — гений?	Выход в прокат фильма «Довод» Тест к событию	Фильмы, сериалы и шоу	Опрос	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 1 вопрос; — 2 варианта ответа, правильного нет, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории
7 1	06.09. 2020	«Пристала икота — прыгай через болото. Или через Федота? Попробуйте закончить пословицы и поговорки писателя Владимира Сорокина»	В начале сентября в издательстве Согрус выходит сборник «Русские народные пословицы и поговорки», составленный писателем Владимиром Сорокиным, материал для него писатель собирал с середины 80-х годов.	Литература	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Картинки с текстом	Культурно-просветительская функция

7 2	04.09. 2020	Наконец-то играем в «Что? Где? Когда?» прямо на «Медузе». Минута пошла! Будьте внимательны, все 13 вопросов — сложные	4 сентября 1975 года — 45 лет назад! — вышел первый выпуск телепередачи «Что? Где? Когда?». Тест к юбилею телепередачи	Общая эрудиция	Игра «Что? Где? Когда?»	Познавательный	— Приавла: пользователю показывают автора вопроса, затем нужно запустить таймер. В течение минуты необходимо вписать правильный ответ в поле; — 13 вопросов; — После ввода ответа, показан правильный ответ и подробное объяснение к нему. — Ограниченное время для каждого вопроса (60 сек) — Шкала прохождения присутствует.	Картинки с текстом	Культурно-просветительская функция
7 3	04.09. 2020	Может, вам пора написать пьесу? Проверяем, владеете ли вы мастерством диалога Тест, в котором можно почувствовать себя драматургом	С 5 по 12 сентября в Москве пройдет фестиваль молодой драматургии «Любимовка» — самому известному драматургическому форуму страны исполняется 31 год. Актеры и режиссеры представят зрителям новые пьесы начинающих и уже известных авторов. Тест как анонс к событию	Литература	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	-	Культурно-просветительская функция
7 4	01.09. 2020	Новая версия «2048». Игра «Медузы», в которой можно почувствовать себя современным школьником и добиться всего. Ну, или хотя бы накопить на мерседес, как у Моргенштерна	День знаний Тест к календарной дате	Общая эрудиция	Игра по типу головоломки «2048»	Развлекательный	— Правила: нужно двигать плитки в одну из четырех сторон, соединя одинаковые символы. Сначала ластики, потом рюкзаки и так далее; — Цель игры: добраться до самого последнего символа. — Игра закончится в том случае, если на экране не останется пустых полей.	-	Рекреационно-гедонистическая функция
7 5	27.08. 2020	Земля вращается вокруг Солнца или наоборот? Готовимся ко Дню знаний вместе с фондом помощи хосписам «Вера» Не открывайте этот тест, если не помните программу первого класса!	Благотворительная акция «Дети вместо цветов».	Школьная программа	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Рекламно-справочная функция. тест создан вместе с фондами помощи хосписам «Вера» и «Дом с маяком»
7 6	24.08. 2020	Провести честные выборы или поменять Конституцию? А может, провозгласить монархию? Почувствуйте себя авторитарным лидером, который правит дольше 20 лет	Тест как ифноповод	Политика	Вероятностный тест (текстовый квест)	Развлекательный	— Цель: попытаться достойно выйти из игры, сохранить власть и здоровье; — 8 вопросов; — 3 варианта ответа, правильного или неправильно нет, нужно выбирать то, что больше подходит игроку. У каждого варианта ответа в каждом вопросе есть какое-то количество исходов, выпадающих с разной вероятностью;	-	Рекреационно-гедонистическая функция

							<ul style="list-style-type: none"> — Каждое решение игрока может привести к неожиданному результату; — Очки. Могут прибавляться или убавляться после каждого ответа. Две графы очков: власть, здоровье; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях. 		
7 7	23.08. 2020	Вы представляете себе, сколько это — 3%? Учимся считать вместе с сами знаете кем	Итоги выборов в Беларуси	Общая эрудиция	Тиндер-тест	Образовательный	<ul style="list-style-type: none"> — Очки; — 14 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный: да или нет; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой. 	Карточки с текстом	Образовательная функция
7 8	22.08. 2020	Минск или Москва? Мы полетали в новом авиасимуляторе над разными городами. Вам осталось угадать, над какими. Слегка ностальгический тест «Медузы»	Компания Microsoft создала авиасимулятор Microsoft Flight Simulator 2020, в котором пользователь может увидеть с высоты птичьего полета два миллиона городов. «Медуза» пролетела над разными городами мира и сделала этот тест.	Города и страны	Классический тест	Познавательный	<ul style="list-style-type: none"> — Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует. 	Фотографии	Рекреационно-гедонистическая функция
7 9	07.08. 2020	На митинге в Минске вырубил песню Виктора Цоя «Перемен!» Ничего, сейчас споем ее все вместе от начала до конца! Тест «Медузы», который надо пройти до того, как выдернут кабель	6 августа в Минске власти организовали митинг-спойлер, на который пришли сторонники Светланы Тихановской — соперницы Александра Лукашенко на выборах президента. Звукорежиссеры, которые работали на провластном митинге, просто врубили на всю песню «Перемен!» Виктора Цоя. Правда, дослушать ее не получилось: из колонки выдернули шнур.	Музыка	Классический тест	Развлекательный	<ul style="list-style-type: none"> — Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует. 	Иллюстрации с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция

80	31.07.2020	«Гарри Поттеру — 40 лет. Вот время летит! По этому поводу выбираем лучшую книгу и лучший фильм Ваш голос очень важен для нас»	31 июля 1980 года родился Гарри Поттер. Сегодня 31 июля 2020-го и знаменитый волшебник отмечает сорокалетие. Юбилей не только у Гарри, но и у его создательницы — Джоан Роулинг, ей сегодня 55.	Литература	Опрос	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 4 вопроса; — от 2 до 9 вариантов ответа, правильного нет.	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории
81	26.07.2020	Какого цвета трава: красная или зеленая? Тест «Медузы» по оптическим иллюзиям, часть вторая Не дайте себя обмануть!	Летом 2019 года мы выпустили тест по оптическим иллюзиям по мотивам твитов профессора Техасского университета в Эль-Пасо Дэвида Новика. Прошел год, иллюзий стало еще больше, поэтому мы сделали еще один тест.	Общая эрудиция	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Фотографии и анимированные иллюстрации	Рекреационно-гедонистическая функция
82	22.07.2020	Новый губернатор был в Хабаровске лишь однажды. Так что мы сделали для него тест про город. Даже не тест, а экскурсию! (Осторожно: фотошоп)	Митинги в Хабаровске	Города и страны	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с очень подробной информацией); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Фотографии	Культурно-просветительская функция
83	20.07.2020	Кто захватил Хабаровск: приезжие блогеры или православные активисты? Телеканал «Россия 1» показал свою версию митингов. Попробуйте понять логику федерального ТВ	Телеканал «Россия-1» выпустил репортаж про митинги в Хабаровске, где жители уже неделю протестуют против ареста губернатора. У федерального ТВ свой взгляд на события.	Политика	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Фотографии	Рекреационно-гедонистическая функция
84	18.07.2020	«Святая София снова станет мечетью. Тест-экскурсия Олега Воскобойникова по главному храму Византии. На экскурсиях часто задают вопросы — попробуйте на них ответить»	10 июля Госсовет Турции отменил решение правительства от 1934 года о превращении Святой Софии в музей. Теперь она снова, как при Османах, мечеть.	Искусство и культура	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — от 4 до 5 вариантов ответа (один правильный с очень подробным	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

			Тест к событию				объяснением и доп. информацией); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце тест ссылка на доп. материал по теме.		
85	16.07.2020	Zoom или Amazon? Apple или Microsoft? Попробуйте угадать компанию по графику цены акций. Проверим, чувствуете ли вы себя на фондовом рынке так же уверенно, как авторы подкаста «Калькулятор»	Старт третьего сезона подкаста о финансовой грамотности «Калькулятор». В нем ведущие углубятся в тему инвестиций, обсуждают новый экономический кризис, экзотические рынки и многое другое. Тест к выпуску материала на «Медузе».	Экономика	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — от 4 до 5 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце тест ссылка на доп. материал по теме.	Статичные иллюстрации : графики	Культурно-просветительская функция
86	12.07.2020	Приходите к нам, у нас есть пеночка-теньковка. Или итальянский шпиц? Может, вообще зажим Стилла? Самый сложный тест «Медузы» по мотивам известного мема, в котором все одинаковое	В начале июля снова стал популярен мем «Приходите к нам, у нас есть...» про разные профессии и места работы.	Общая эрудиция	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце тест ссылка на доп. материал по теме.	Фотографии	Культурно-просветительская функция
87	11.07.2020	«Роллтон» или «Доширак»? По-настоящему важный тест с интригой!	«Доширак» обгоняет «Роллтон» по темпам выручки на рынке РФ.	Общая эрудиция	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 13 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный: роллтон или доширак; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом/фото	Рекреационно-гедонистическая функция

88	08.07.2020	Таиланд или Тайланд? Балашйха или Балáшиха? Тест про топонимы Запоминаем раз и навсегда!	Выход нового выпуска подкаста «Розенталь и Гильденстерн» про географию в русском языке. Тест к выпуску материала на «Медузе».	Русский язык	Тиндер-тест	Образовательный	— Очки; — 15 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточка с текстом	Образовательная функция
89	01.07.2020	«Собянин и остальные агитируют в инстаграме голосовать по поправкам. Попробуйте угадать самый популярный комментарий Подписчики же, наверное, поправкам только рады»	Голосование по поправкам в конституцию	Интернет	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце тест ссылка на доп. материал по теме.	Видео, фото	Рекреационно-гедонистическая функция
90	01.07.2020	Кто дольше правил: Рюрик или Путин? Обнулительный тест «Медузы»	В случае принятия новой Конституции в 2036 году у власти, возможно, все еще будет Владимир Путин. В целом, даже к 2020-му Путин правит достаточно долго, чтобы сделать исторический тест.	История	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 15 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фото и текстом	Культурно-просветительская функция
91	30.06.2020	Моргенштерн или Оксимирон? Чипсы или сухарики? Голосование, в котором, в отличие от другого, есть интрига!	ВЦИОМ опубликовал данные опросов, которые проводили на выходе с избирательных участков в 25 регионах страны. По итогам стало ясно, что 76% уже проголосовавших россиян поддержали поправки к Конституции. Вряд ли здесь была какая-то интрига.	Познай себя	Опрос	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 20 вопросов; — 2 варианта ответа, правильного нет, ответ пользователя должен отражать его взгляды на определенный вопрос;	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории

9 2	28.06. 2020	В бюллетене для голосования по поправкам не смогли написать правильно одно предложение. Эта ошибка вдохновила нас на создание теста по русскому языку	В бюллетене для голосования по поправкам нашли довольно грубую ошибку.	Русский язык	Классический тест	Образовательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 13 вопросов; — 2 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце тест ссылка на доп. материал по теме.	-	Образовательная функция
9 3	25.06. 2020	Вы за поправки к Конституции или против? Вы вообще голосуете? Простой способ рассказать всем про вашу позицию	Голосование в России по поправкам к Конституции РФ с 25 июня по 1 июля.	Политика	Опрос	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 1 вопрос без правильного ответа, ответ пользователя должен отражать его взгляд на вопрос;	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории
9 4	24.06. 2020	«Вы согласны с повышением налога «для богатых»? А сами бы платили 15%? Опрос про налоги. Простите, налоги!»	Владимир Путин объявил, что в России введут повышенный подоходный налог «для богатых» с 13% до 15%.	Экономика	Опрос	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — От 2 до 5 вариантов ответа, правильного нет, ответ пользователя должен отражать его взгляды на определенный вопрос;	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории
9 5	24.06. 2020	Голосование по поправкам и «обнулению» — уже 25 июня. Сейчас поможем определиться, как голосовать: за или против Просто отвечайте да или нет	Поправки к Конституции РФ	Политика	Тиндер-тест	Характеризующий	— Очки; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов: да или нет, ответ пользователя должен выражать личное мнение по вопросу; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Культурно-просветительская функция
9 6	23.06. 2020	Валерию Меладзе — 55! Поем главные хиты все вместе. Тест-караоке	Валерию Меладзе 23 июня исполняется 55 лет.	Музыка	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Видео	Рекреационно-гедонистическая функция

9 7	20.06. 2020	«Звезды пиарят в инстаграме поправки в Конституцию, а их подписчики, мягко говоря, недоумевают. Пройдемся по комментам! Самый очевидный тест «Медузы» с участием Ольги Бузовой и Евгения Плющенко»	Звезды активно рекламируют в инстаграме поправки к Конституции и призывают подписчиков идти голосовать.	Интернет	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Фотографии	Рекреационно-гедонистическая функция
9 8	17.06. 2020	Куда ведет этот тоннель: в Великобританию или к Путину? В резиденции президента установили дезинфицирующий тоннель, поэтому мы сделали тест про тоннели. Логично? Логично!	Владимиру Путину в резиденции установили дезинфицирующий тоннель. Он предназначен для дезинфекции и защиты от коронавируса.	Путин	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Фотографии	Рекреационно-гедонистическая функция
9 9	16.06. 2020	Маску все еще носите? На парад Победы пойдете? А голосовать? Расскажите нам, как относитесь к окончанию карантина	В России довольно резко решили снять карантин. В Москве заработали веранды, во многих городах России организуют парад Победы, а 1 июля всех россиян зовут голосовать по поправкам в новую Конституцию.	Коронавирус	Опрос	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 12 вопросов; — От 2 до 4 вариантов ответа, правильного нет, ответ пользователя должен отражать его взгляды на определенный вопрос;	-	Опрос создан для анализа мнения аудитории
1 0 0	16.06. 2020	Мурмолог или эндэкотэ? Никто не понимает, что пишут и говорят врачи. Сейчас проверим, как с этим у вас	На «Медузе» вышел первый эпизод нового подкаста о медицине «Намочи манту», который ведут авторы одноименного телеграм-канала: медицинский редактор «Медузы» Дарья Саркисян, медицинские журналистки Ирина Моргунова, Марианна Мирзоян и научная журналистка Карина Назаретян. Тест к выпуску материала на «Медузе».	Здоровье	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 12 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с очень подробным объяснением и ссылка на доп. материалы); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — В конце теста ссылка на подкаст по теме теста.	-	Культурно-просветительская функция
1 0	12.06. 2020	Сегодня День России. Сейчас проверим, хорошо ли вы знаете свою страну. Отвечаете	День России Тест к календарной дате	Города и страны	Тиндер-тест (на вылет после неправильного	Познавательный	— Правила: написан факт про Россию, необходимо найти ошибки. Или наоборот — согласиться с утверждением. Ответили неверно	Карточки с фото	Культурно-просветительская функция

1		неверно — вылетаете. Посмотрим, сколько продержитесь			ответа)		— начинайте с самого начала. — Очки; — 23 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, после первого неправильного ответа игра заканчивается; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.		
1 0 2	11.06. 2020	А я ясные дни оставляю себе, а я хмурые дни возвращаю... тебе? Или кому? Тест по песне Олега Газманова в честь наступления ясных дней	Наступление теплых дней	Музыка	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 8 вопросов; — От 3 до 4 вариантов ответа; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Анимированные иллюстрации	Рекреационно-гедонистическая функция
1 0 3	10.06. 2020	"Рэпер Моргенштерн читает так неразборчиво, что его песни слушают по миллиону раз. Вот вы понимаете, что там за слова? *нрзб* тест «Медузы»"	Рэпер Моргенштерн побил рекорд по дизлайкам: палец вниз его клипу на песню «Пососи» поставили 1,7 миллиона раз. Сомнительное достижение — зато хорошо демонстрирует его популярность.	Музыка	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 7 вопросов; — От 3 до 4 вариантов ответа; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	Видео	Рекреационно-гедонистическая функция
1 0 4	10.06. 2020	«Как выбрать, кого лечить, а кого нет? Допустимо ли устраивать митинг во время эпидемии? Этический тест от «Медузы» и InLiberty Карантин заканчивается — но дилеммы остаются»	Несколько лет назад «Медуза» вместе с просветительским проектом InLiberty опубликовала тест, основанный на исследовании Harvard Moral Sense Test. Его вопросы не имели правильных ответов: они были составлены для того, чтобы помочь читателю разобраться в собственных ценностях и нравственных представлениях.	Этика	Супертест	Этический	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов без правильного ответа, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует; — Ответы на вопросы устроены так, что на одном полюсе оказываются этические	-	Культурно-просветительская функция

							суждения, которые продиктованы соображениями морального долга (эти принципы часто называют деонтологическими и связывают с именем Канта). На другом — утилитаристские, основанные на соображениях о максимальной пользе для максимального числа людей.		
105	09.06.2020	«Москвичи, вы почти три месяца сидели дома. Забыли, как там Москва выглядит? Ничего, сейчас попробуем вспомнить! И даже в метро спустимся!»	Мэр Москвы Сергей Собянин объявил о постепенном снятии ограничений в Москве: совсем скоро в столице заработают кафе и рестораны, откроются фитнес-клубы, а по самой Москве можно будет спокойно перемещаться без специального пропуска.	Города и страны	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 11 вопросов; — От 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Фото	Культурно-просветительская функция
106	07.06.2020	Умеете отгадывать ребусы? А те, которым 150 лет? Тест на сообразительность для людей XXI века	Сто лет назад одной из самых популярных интеллектуальных игр считалось решение ребусов. Выходили целые альманахи, и за этим занятием проводили часы. В музее-заповеднике «Царицыно» хранится книга ребусов 1858 года. В ней напечатаны 158 загадок разной сложности, где самым диким образом зашифрованы поговорки, пословицы, афоризмы, идиомы и прочее. В конце, конечно, есть «ключи», которые объясняют, что все это значит и как это все понимать. Создатели выбрали несколько ребусов столетней выдержки.	Общая эрудиция	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Фото	Культурно-просветительская функция
107	06.06.2020	Кто любит «Мамбу»? Сколько вешать в граммах? Ностальгический тест про рекламу девяностых Хаба-хаба!	Реклама на телевидении к 2020 году стала совсем скучной и незапоминающейся. А знаете, когда запоминалась? Когда, по словам певицы Монеточки, «все бегали абсолютно голые». 1990-е — настоящий рекламный бум!	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях;	Видео	Культурно-просветительская функция

							— Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.		
108	04.06.2020	Краш или кеке? Знаете ли вы, как сейчас говорят подростки. Последний раз мы проверяли, понимаете ли вы зумеров, четыре года назад. Все поменялось!	В сентябре 2016 года «Медуза» выпустила тест на знание сленга подростков. За четыре года многое поменялось, слова и фразы типа «лол» и «кек» безнадежно устарели. Что там в 2020-м?	Русский язык	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 13 вопросов; — От 2 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	-	Культурно-просветительская функция
109	02.06.2020	Илон Маск или Дмитрий Рогозин? Космический тест «Медузы» Сейчас посмотрим, как у вас работает система опознавания «Свой — чужой»	SpaceX успешно отправила людей в космос, и тут же все вспомнили про противостояние Илона Маска и руководителя Роскосмоса Дмитрия Рогозина. Да и Илон Маск дал понять, что шутка про батут не забыта. Тест к событию	Общая эрудиция	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 13 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
110	30.05.2020	"Дженнифер Энистон в «Друзьях» или «Утреннем шоу»? Сергей Безруков в «Участке» или «Бригаде»? Попробуйте не перепутать! Тест к запуску нового подкаста «Чего бы посмотреть»"	29 мая на «Медузе» вышел новый подкаст про сериалы под названием «Чего бы посмотреть». В подкасте журналисты «Медузы» делятся впечатлениями от сериалов, фильмов и телешоу (без критиков!) Тест к выпуску материала на «Медузе».	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Развлекательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 9 вопросов; — 2 варианта ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует. — В конце теста ссылка на подкаст по теме.	Анимированные иллюстрации, фото	Рекреационно-гедонистическая функция
111	28.05.2020	Сильно ли вы зависимы от сериалов? Сейчас выясним. Осталось всего лишь ответить на 86 вопросов	29 мая на «Медузе» выходит новый подкаст про сериалы под названием «Чего бы посмотреть». Тест к выпуску материала на «Медузе».	Фильмы, сериалы и шоу	Баунсер	Характеризующий	— Правила: написано название сериала, нужно честно ответить, смотрел ли пользователь этот сериал, «смотрел» — это хотя бы одна серия. — 86 вопросов; — Механика: есть только два варианта ответа, центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра, которая отклоняется то влево, то вправо в зависимости от ответов; от положения стрелки зависит итоговый результат. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	-	Рекреационно-гедонистическая функция

1 1 2	27.05. 2020	«Вы — Владимир Путин. Попробуйте не взбеситься! Держите ручку крепче! Пытаемся взбесить вас российскими новостями»	Главная новость 26 мая — Путин бросил ручку на стол. Эта новость попала в топ «Яндекса», об этом написали почти все российские СМИ. Тест к событию.	Путин	Баунсер	Характеризующий	— Механика: есть только два варианта ответа, центральное место в интерфейсе занимает стрелочка как у вольтметра, которая отклоняется то влево, то вправо в зависимости от ответов; от положения стрелки зависит итоговый результат. — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях.	-	Рекреационно-гедонистическая функция
1 1 3	26.05. 2020	Мем или настоящий Петр? Пора увековечить поросенка Петра на «Медузе» Простой тест ко дню рождения Людмилы Петрушевской	26 мая день рождения Людмилы Петрушевской — прозаика, поэтессы, сценаристки и... автора книжек про поросенка Петра. Тест к календарной дате	Литература	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 10 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой. — В конце теста много дополнительной информации и рекламные ссылки.	Карточки с иллюстрацией и текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
1 1 4	24.05. 2020	Экзаменов для девятиклассников в этом году не будет. Но только не у нас! Сейчас узнаем, что вы делали в школе с первого по девятый класс	Отмена экзаменов у девятиклассников Тест к событию	Школьная программа	Классический тест	Образовательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 10 вопросов; — 2 варианта ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	-	Образовательная функция
1 1 5	22.05. 2020	Punk Floyd или АВВВА? Угадываем правильное название музыкальных групп. Тест, с которым не справится ни один зумер	Новый тренд в твиттер, в котором просят заменить одну букву в названии музыкальной группы. Тест к событию	Музыка	Тиндер-тест	Развлекательный	— Очки; — 20 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Рекреационно-гедонистическая функция
1 1 6	21.05. 2020	Думаете, вы диван? Как бы не так! Сейчас скажем, кто вы на самом деле Тест, по которому ясно: кто-то слишком давно сидит дома	Новый тренд: недавно все начали выяснять, «Какой я диван». Есть и «Александр», есть «Наташа», есть и что-то более экзотическое. Тест к событию	Познай себя	Супертест	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 13 вопросов — От 3 до 4 вариантов ответа, правильного нет, ответы пользователя должны отражать его взгляды на какой-либо вопрос;	-	Рекреационно-гедонистическая функция

							— Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;		
1 1 7	20.05. 2020	Опасный эксперимент «Медузы». Мы показываем вам народные анекдоты про коронавирус, а вы пытаетесь не умереть от хохота	Тест как инфоповод	Коронавирус	Супертест	Характеризующий	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 15 вопросов — 2 варианта ответа, правильного нет, ответы пользователя должны отражать его взгляды на вопрос; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует;	-	Рекреационно-гедонистическая функция
1 1 8	19.05. 2020	Комары переносят коронавирус? А перец лечит? Попробуйте отличить правду от мифа Предупреждаем: отвечаете неправильно — начинаете заново. Пока все не выучите!	Тест как инфоповод: пару месяцев назад уже был тест про мифы о коронавирусе. За это время вышли новые исследования, что-то поменялось. Новые мифы появились, рекомендации ВОЗ поменялись. Так что пора и знания обновить.	Коронавирус	Тиндер-тест (на вылет после неправильного ответа)	Познавательный	— Очки; — 15 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, после первого неправильного ответа игра заканчивается; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Культурно-просветительская функция
1 1 9	17.05. 2020	Когда будет настоящий ЕГЭ, неизвестно. Зато известно, когда будет ЕГЭ на «Медузе». Прямо сейчас! В конце расскажем, в какой вуз вас бы взяли	С ЕГЭ вообще ничего не понятно. Когда он будет? Сколько предметов надо сдавать? Что делать с поступлением? «Медуза» решила опередить чиновников и провести ЕГЭ прямо сейчас.	Школьная программа	Классический тест	Образовательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 12 вопросов; — от 4 до 5 вариантов ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	-	Образовательная функция
1 2 0	14.05. 2020	«Депутаты Госдумы стали носить на груди кресты, отпугивающие коронавирус. И просто вынудили нас сделать этот тест Да-да, это тест про кресты. Почти такой же безумный, как про короны»	Депутаты Госдумы стали носить на груди значки в виде крестов, которые отпугивают коронавирус. Тест к событию	Искусство и культура	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 12 вопросов; — от 2 до 8 вариантов ответа (один правильный с объяснением); — Обратная связь: результат (информация об	Анимированные иллюстрации, видео, фото	Культурно-просветительская функция

							успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.		
1 2 1	11.05. 2020	Недавно мы выпустили тест про ошибки в русском языке, и он всех взбесил. Вот еще один тест, который взбесит еще больше Теперь на время! Заранее приносим свои извинения!	Тест как инфоповод	Русский язык	Тиндер-тест (на время)	Образовательный	— Очки; — 42 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Ограниченное игровое время: 100 секунд — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Образовательная функция
1 2 2	10.05. 2020	Карантин — это событие года. Так что приходится знать о нем все: что это такое и откуда взялось Образовательный тест «Медузы»	Главное событие этой весны во всем мире — карантин	История	Классический тест	Познавательный	— Проценты (процентное соотношение ответов всех игроков); — 12 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с подробным объяснением); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Фото	Культурно-просветительская функция
1 2 3	09.05. 2020	Риал, туман, а может, динар? Тест по деньгам, которые после карантина даже можно будет подержать в руках	В Иране меняют название национальной валюты с «риал» на «туман». Тест к событию	Экономика	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 24 вопроса; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с фото	Культурно-просветительская функция
1 2 4	05.05. 2020	Джентельмены или джентльмены? Агенство или агентство? Простынь или простыня? Тест по самым распространенным ошибкам Ответили неверно — начинайте сначала. Посмотрим, сколько вы продержитесь	Тест как инфоповод	Русский язык	Тиндер-тест (на вылет после неправильного ответа)	Образовательный	— Очки; — 28 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, после первого неправильного ответа игра заканчивается; — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо →	Карточки с текстом	Образовательная функция

1 2 5	04.05. 2020	Когда закончится карантин, я обещаю... переночевать в офисе. Или пробежать гольфом по полю? Ну, вы поняли: обещаем сейчас — выполняем потом	Тест как инфоповод	Коронавирус	Игра (рандомайзер)	Развлекательный	или перетаскивать картинку мышкой. — Генератор предсказаний; — Результатом можно поделиться в социальных сетях;	-	Рекреационно-гедонистическая функция
1 2 6	02.05. 2020	Для российских полицейских придумали кодекс поведения — да такой, что их теперь не отличишь от английских джентльменов. Нет, давайте все-таки попробуем. Самый приличный тест «Медузы»	МВД разработало кодекс поведения для полиции. Тест к событию	Общая эрудиция	Тиндер-тест	Познавательный	— Очки; — 16 вопросов; — 2 варианта ответа, одинаковых для всех вопросов, один правильный; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения отсутствует; — Механика: отвечать можно стрелочками клавиатуры ← влево и вправо → или перетаскивать картинку мышкой.	Карточки с текстом	Культурно-просветительская функция

ПРИЛОЖЕНИЕ Б Контент-анализ издания «РИА Новости»

Таблица Б. 1 — Контент-анализ издания «РИА Новости»

№	Дата публикации и кол-во просмотров	Название игры	Информационный повод	Тематика	Жанр (формат)	Вид теста	Элементы геймификации: компоненты, механики	Элементы оформления	Функция
1	20.04.2021 5564	"Тихий подвиг" во имя других. Что вы знаете о донорстве?	День донора. Тест к календарной дате	Общество	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
2	12.04.2021 10923	"А мы летим орбитами". Что вы знаете о первом советском космонавте?	День космонавтики. Тест к календарной дате	Космос	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
3	06.04.2021 9350	Космос, наркоз и Нобелевка: что вы знаете об отечественной медицине?	Тест как инфоповод	Здоровье	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
4	01.04.2021 15558	Богатыри, ночные ведьмы и шмели: что вы знаете о советском авиастроении?	Тест как инфоповод	Авиация	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5	22.03.2020 1228	Что вы знаете о воде и водопроводе?	Тест как инфоповод	Экология	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

							игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.		
6	20.03.2021 39857	Хорошо ли вы помните стихотворения великих поэтов?	Тест как инфоповод	Культура	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
7	17.03.2021 8056	"У демона в плену": что вы знаете о Михаиле Врубеле?	165 лет со дня рождения Михаила Врубеля. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
8	12.03.2020 7514	Проверь себя: где найти самые странные города мира	Тест как инфоповод	География	Классический тест	Познавательный	— 12 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
9	10.03.2021 222	Выйдем, поговорим! Проверьте, поймете ли вы городских коммунальщиков	Тест как инфоповод	Общие знания	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
10	09.03.2021 15345	Что вы знаете о достижениях знаменитых женщин?	8 марта. Тест к календарной дате	История	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует.	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

1 1	28.02.2021 15850	Краш, флекс, вайб. Что вы знаете о заимствованиях и исконных словах?	Тест как инфоповод	Русский язык	Классический тест	Познавательный	— 17 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
1 2	20.02.2021 14668	Надежное, безотказное, точное. Что вы знаете о русском оружии?	Тест как инфоповод	Общие знания	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
1 3	15.02.2021 27377	От Меркурия до Плутона: что вы знаете об астрономии?	Тест как инфоповод	Космос	Классический тест	Познавательный	— 14 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
1 4	04.02.2021 424	Погода в большом городе: какой из вас метеоролог?	Тест как инфоповод	Экология	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
1 5	03.02.2021 7573	Не худи единым: угадаете, о чем мечтали советские модники?	Тест как инфоповод	Культура	Классический тест	Познавательный	— 12 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
1 6	25.01.2021 3194	"Беззаботно-шумный гуляющий день": что вы знаете о Дне студента?	Тест как инфоповод	Общие знания	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

17	14.01.2021 2389	"С первого по тринадцатое нашего января": как празднуют старый Новый год?	Старый Новый. Год Тест к календарной дате	Новый год	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
18	13.01.2021 16617	Послал же Бог такую ночь перед Рождеством: помните ли вы повесть Гоголя?	Рождество Тест к календарной дате	Культура	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
19	01.01.2021 5300	Крайние обстоятельства. Как спасаются от похмелья в разных странах?	Новый год Тест к календарной дате	Новый год	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
20	30.12.2020 15050	Тепленькая пошла! Тест на знание культовых новогодних фильмов	Новый год Тест к календарной дате	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Познавательный	— 12 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
21	23.12.2020 190	Ответить за слова: как хорошо вы разбираетесь в сленге городских служб	Тест как инфоповод	Русский язык	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
22	19.12.2020 11641	Уорхол или Кандинский? Разбираетесь ли вы в искусстве XX века?	Тест как инфоповод	Культура	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

2 3	18.12.2020 2450	Дворники — вы думаете, что все про них знаете? А давайте проверим!	Тест как инфоповод	Общество	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
2 4	16.12.2020 4331	"Он всех заставит говорить о себе". Что вам известно о Бетховене?	250 лет со дня рождения Бетховена Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
2 5	09.12.2020 265	Как хорошо у вас с навигацией в Москве?	Тест как инфоповод	Москва	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
2 6	05.12.2020 4693	"Ты изумляешься, что я еще пою": что вы знаете о жизни и творчестве Фета?	200 лет со дня рождения Афанасия Фета. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 10 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
2 7	01.12.2020 7261	"Трус не играет в хоккей". Тест о легендарных отечественных спортсменах	Тест как инфоповод	Спорт	Классический тест (из фото)	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
2 8	28.11.2020 3792	Что вы знаете о жизни и творчестве Александра Блока?	140 лет со дня рождения Александра Блока. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

29	27.11.2020 179	Носы на изготовку: что вы знаете о газе в вашем доме?	Тест как инфоповод	Общие знания	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
30	24.11.2020 8101	"Победа — враг войны": что вы знаете об Александре Суворове?	290 лет со дня рождения Александра Суворова. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
31	19.11.2020 7095	"Огонь, батарея!": что вы знаете об артиллерии?	День ракетный войск и артиллерии. Тест к календарной дате	История	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
32	04.11.2020 7786	Что вы знаете о Дне народного единства?	День народного единства. Тест к календарной дате	История	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
33	29.10.2020 5917	От кукурузника до сверхзвука: что вы знаете о гражданских самолетах?	Тест как инфоповод	Авиация	Классический тест	Познавательный	— 14 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
34	25.10.2020 5022	"Среди людей копий больше, чем оригиналов". Что вы знаете о Пикассо?	139 лет со дня рождения Пабло Пикассо. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

35	19.10.2020 143	Вал вала меньше: как хорошо вы знаете московские валы?	Тест как инфоповод	Москва	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
36	08.10.2020 28499	Ахмат или Батый: что вы знаете о свержении монголо-татарского ига?	Тест как инфоповод	История	Классический тест	Познавательный	— 7 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
37	03.10.2020 6716	"Я новый Моисей": угадайте кандидата в президенты США по цитате	Выборы в США. Тест к событию	Политика	Классический тест	Познавательный	— 17 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
38	02.10.2020 194	Северный речной вокзал: а что вы знаете о нем?	Тест как инфоповод	Москва	Классический тест	Познавательный	— 12 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
39	21.09.2020 15014	Сражение, повернувшее ход истории: что вы знаете о Куликовской битве?	Тест как инфоповод	История	Классический тест	Познавательный	— 7 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
40	15.09.2020 3606	Королева детектива. Что вы знаете о жизни и творчестве Агаты Кристи?	130 лет со дня рождения Агаты Кристи. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — От 3 до 5 вариантов ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

4 1	04.09.2020 702	Кое-Что о кое-Где Когда-то. Тест о знаменитой телепрограмме	4 сентября 1975 года вышел первый выпуск "Что? Где? Когда?". Тест к календарной дате	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Познавательный	— 12 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно- просветительская функция
4 2	01.09.2020 337	Садись, пять! Проверьте знания школьной программы на примере Москвы	1 сентября Тест к календарной дате	Москва	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно- просветительская функция
4 3	27.08.2020 7584	Как хорошо вы знаете русское кино?	Тест как инфоповод	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Познавательный	— 9 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно- просветительская функция
4 4	24.08.2020 299	Знаете ли вы старые названия московских улиц?	Тест как инфоповод	Москва	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с очень подробным ответом); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно- просветительская функция
4 5	22.08.2020 168	Это просто фантастика! Насколько хорошо вы помните творчество Брэбери?	100 лет со дня рождения Рея Брэбери. Тест к календарной дате	Биография выдающих ся людей	Классический тест	Познавательный	— 10 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с очень подробным ответом); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно- просветительская функция
4 6	15.08.2020 8794	"Звезда по имени Солнце". Что вы знаете о Викторе Цое?	30 лет со дня смерти Виктора Цоя. Тест к календарной дате	Биография выдающих ся людей	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с очень подробным ответом); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно- просветительская функция

4 7	12.08.2020 5919	Что вы знаете о кошках?	Тест как инфоповод	Животные	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с очень подробным ответом); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
4 8	02.08.2020 8559	"Крылатая пехота". Что вы знаете о ВДВ?	День ВДВ Тест к календарной дате	Общество	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с очень подробным ответом); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
4 9	31.07.2020 6758	"После стольких лет? — Всегда!" Хорошо ли вы знаете мир Гарри Поттера	Тест как инфоповод	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Познавательный	— 12 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5 0	29.07.2020 7596	"Глядя на звезды, мне хочется мечтать". Что вы знаете о Ван Гоге?	130 лет со дня смерти Ван Гога. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5 1	24.07.2020 1069	Что в имени тебе моем: как хорошо вы знаете особенности улиц Москвы?	Тест как инфоповод	Москва	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

5 2	19.07.2020 189	Московской Олимпиаде — 40 лет! Вспомни, как это было	40 лет Московской Олимпиаде. Тест к календарной дате	Спорт	Классический тест	Познавательный	— 10 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5 3	25.06.2020 6881	От амфитеатров до небоскребов: что вы знаете о знаменитых зданиях мира?	Тест как инфоповод	Культура	Классический тест	Познавательный	— 14 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5 4	12.06.2020 22795	От князей до президентов: что вы знаете о правителях России?	Тест как инфоповод	История	Классический тест	Познавательный	— 18 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5 5	11.06.2020 172	Краткая энциклопедия эпидемий	Тест как инфоповод	Здоровье	Классический тест	Познавательный	— 10 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5 6	10.06.2020 11912	Шарик или Барбос? Угадайте советский мультфильм по кадру	Тест как инфоповод	Фильмы, сериалы и шоу	Классический тест	Познавательный	— 11 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
5 7	06.06.2020 777	"Я русский бы выучил только за то, что им разговаривал..." Пушкин!	День русского языка и день А. С.Пушкина отмечают 6 июня. Тест к календарной дате	Русский язык	Классический тест	Познавательный	— 10 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

58	02.06.2020 12668	Ключ на старт! Что вам известно о Байконуре?	Тест как инфоповод	Наука	Классический тест	Познавательный	— 15 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
59	24.05.2020 15169	Нобелевский лауреат из донских степей. Что вы знаете о Михаиле Шолохове?	115 лет со дня рождения Михаила Шолохова. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 10 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
60	24.05.2020 356	Что вы знаете о жизни и творчестве Иосифа Бродского?	80 лет со дня рождения Иосифа Бродского. Тест к календарной дате	Биография выдающихся людей	Классический тест	Познавательный	— 10 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
61	19.05.2020 9124	"Будь готов!": что вы помните о пионерии?	Тест как инфоповод	Общество	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
62	09.05.2020 12134	"Радость Победы": что вы знаете о парадах 9 Мая?	День победы. Тест к календарной дате	Общество	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — от 3 до 4 вариантов ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
63	08.05.2020 356	Как хорошо вы знаете набережные Москвы?	Тест как инфоповод	Москва	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 3 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция

6 4	01.05.2020 11312	"Мир! Труд! Май!" Как хорошо вы знаете историю Первомая?	День труда. Тест к календарной дате	История	Классический тест	Познавательный	— 8 вопросов; — 4 варианта ответа (один правильный с разъяснением ответа); — Обратная связь: результат (информация об успехе игрока) — можно поделиться результатом в социальных сетях; — Неограниченное игровое время; — Шкала прохождения присутствует	Статичные иллюстрации	Культурно-просветительская функция
--------	---------------------	--	--	---------	-------------------	----------------	--	-----------------------	------------------------------------

ПРИЛОЖЕНИЕ В Геймифицированный контент издания «РИА Новости»

Таблица В. 1 — Количество геймифицированных материалов и максимальное количество просмотров одного материала в издании «РИА Новости» по годам

Год	Кол-во геймифицированных материалов	Максимальное кол-во просмотров
2008	21	125
2009	67	386
2010	140	2000
2011	130	457
2012	135	1412
2013	53	863
2014	20	2225
2015	12	1572
2016	57	225691
2017	70	264236
2018	70	178365
2019	61	1272877
2020	66	43622
2021	21	39845

ПРИЛОЖЕНИЕ Г Геймифицированный контент издания The Guardian

Таблица Г. 1 — Количество геймифицированных материалов The Guardian с мая 2020 г. по май 2021 г.

	The great British art quiz	Sport quiz / Football quiz	The weekend quiz	Travel picture quiz	Quiz of the year	Другое
Май	19	18	5	5	0	14
Июнь	21	12	4	4	0	4
Июль	23	3	4	0	0	3
Август	14	2	5	0	0	2
Сентябрь	0	2	4	0	0	2
Октябрь	0	4	5	0	0	0
Ноябрь	0	3	4	0	0	0
Декабрь	0	2	4	2	9	10
Январь	0	3	5	0	0	2
Февраль	0	4	4	0	0	1
Март	0	3	4	0	0	2
Апрель	0	1	4	0	0	2
Всего	77	57	52	11	9	42

ПРИЛОЖЕНИЕ Д Геймифицированный контент издания The New York Times

Таблица Д. 1 — Количество геймифицированных материалов The New York Times с мая 2020 г. по май 2021 г.

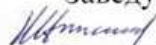
	News Quiz	Country of the week	Word + Quiz	Weekly news quiz for students	Weekly Health Quiz
Май	5	3	31	4	5
Июнь	4	1	30	1	4
Июль	5	0	31	3	5
Август	4	0	31	4	4
Сентябрь	4	3	30	6	4
Октябрь	5	3	31	5	5
Ноябрь	4	5	30	3	4
Декабрь	3	2	23	4	4
Январь	4	3	27	3	5
Февраль	4	3	26	4	4
Март	4	5	0	5	4
Апрель	5	4	0	4	5
Всего	51	32	290	46	53

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 К. В. Анисимов

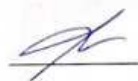
«» _____ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СПОСОБ ПОДАЧИ КОНТЕНТА В
ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ ОНЛАЙН-МЕДИА**

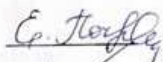
Руководитель



канд. филол. наук, доц.


А. В. Гладилин

Выпускник



Е. Д. Почкаева

Нормоконтролер



ст. преподаватель

О. В. Богуславская

Красноярск 2021