

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

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

42.03.02 Журналистика

**ИГРОВЫЕ ФОРМАТЫ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ СМИ:  
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

Руководитель	_____	ст. преподаватель	Д. А Устюжанина
Выпускник	_____		В. В Фильберт
Нормоконтролер	_____	ст. преподаватель	О. В Богуславская

Красноярск 2022

## СОДЕРЖАНИЕ:

Введение.....	3
1 Понятие «игра» и «игровые форматы» в интернет-СМИ.....	7
1.1 Игра как феномен культуры.....	7
1.2 Структура игры и ее ключевые элементы.....	10
1.3 Возникновение термина «геймификация» и ее структура.....	16
1.4 Геймификация в интернет-СМИ: элементы и функции.....	19
1.5 Классификация игровых форматов в интернет-СМИ.....	23
2 Особенности игровых форматов в общественно-политических СМИ.....	28
2.1 Методология исследования, обоснование выбора изданий.....	29
2.2 Игровые форматы как способы репрезентации контента: критерии анализа.....	30
2.2.1 Геймифицированный контент издания Медиазона .....	31
2.2.2 Геймифицированный контент издания Такие Дела.....	41
2.2.3 Геймифицированный контент издания Лента.ru.....	46
2.2.4 Геймифицированный контент издания BuzzFeed.....	51
2.2.5 Геймифицированный контент издания The Guardian.....	57
2.2.6 Геймифицированный контент издания The New York Times..	62
Заключение.....	73
Список использованных источников.....	78
Приложение А Геймифицированный контент издания Медиазона.....	81
Приложение Б Геймифицированный контент издания Такие Дела.....	82
Приложение В Геймифицированный контент издания Лента.ru.....	83
Приложение Г Геймифицированный контент издания BuzzFeed.....	84
Приложение Д Геймифицированный контент издания The Guardian...	85
Приложение Е Геймифицированный контент издания The New York Times.....	86

## ВВЕДЕНИЕ

В век, когда аудитория не ограничена в информационном потреблении, СМИ все сложнее удерживать собственные позиции на существующем медиарынке. Так, по данным WebCанаре 60% жителей страны пользуются интернетом ежедневно. Показательным является и то, что на социальные сети у среднестатистического пользователя уходит 6 часов 43 минуты ежедневно, в то время как на интернет - СМИ тратится не больше 2-3 часов в неделю [Сергеева, 2021]. В конкурирующей гонке, массмедиа вынуждены постоянно обновлять технологии для удержания внимания аудитории. Одной из таких технологий становится игра.

Исследователи языка СМИ сходятся во мнении, что СМИ не просто отображают окружающую действительность, объективно фиксируя происходящие вокруг события, они прямо или опосредованно, в открытой или скрытой форме, влияют на все социально-политические процессы, и их роль в обществе определяется совокупностью функций, которые могут быть эффективно выполнены посредством игровых технологий.

**Актуальность темы.** Внедрение геймификации в СМИ началось еще в эпоху существования печатных изданий. На страницах газет публиковались всевозможные головоломки, за решение которых предполагалась определенная награда. С приходом СМИ в цифровое пространство традиция публиковать игровые элементы сохранилась, но изменились форматы подачи. Так, например, журнал Superinteressante входит в число бразильских изданий, которые достигли новой аудитории, создав игры на остросоциальные темы [Мазотт, 2013]. На официальном сайте издания были опубликованы цифровые игры, которые включали такие игровые форматы, как квест, симулятор, тест и т.д

С приходом игровых форматов, исчезает необходимость ежедневного конструирования новых методов подачи информации. Игра в общественно-политических СМИ, как и в любом другом аспекте, является сложным

механизмом репрезентации, однако ее эффективность для вовлечения аудитории к остросоциальным темам незаменима. Специфика подавляющего большинства публикаций заключается в том, что аудитория владеет ограниченными «осколками» познания в разных общественно-политических отраслях. Которые, как правило, являются прямым отражением жизнедеятельности человека. Основываясь на полученных данных о мире, СМИ старается «воссоздать» новую медиареальность посредством игры.

Использование игровых форматов — это своеобразная попытка увидеть, по меньшей мере, часть общей картины реалий современности посредством реконструкции её отдельных фрагментов, недостающих в познании обычных интернет-пользователей. Таким образом, игру можно назвать инструментом, который транслирует определенную действительность, понятным для большинства пользователей языком, тем самым вовлекая в важные общественно-политические события.

Современный этап изучения внедрения игр в СМИ требует комплексного подхода к самой процедуре геймификации, включающего в себя ряд методов, начиная с виденья функционального аспекта и заканчивая одним из уровней существующих классификаций игры. Поэтому исследование игровых форматов является одной из актуальных проблем, вызывающих особый интерес исследователей самой разной специализации, так как он позволяет расширить понимание игры, а так же выявить степень развития игровых элементов в контенте общественно-политических изданий.

**Объектом** исследования становится геймификация как процесс внедрения игровых элементов в СМИ. Тогда как **предметом** является особенности игровых форматов в интернет-СМИ.

**Целью** данной работы является выявление существующих игровых форматов в общественно-политических СМИ. В связи с поставленной целью в данной работе осуществляются следующие **задачи**:

- 1 выявить специфику «игры» как феномен культуры;
- 2 обозначить структуру игры и ее ключевые элементы;

- 3 дать определение термину «геймификация»;
- 4 описать структуру геймификации;
- 5 проанализировать элементы геймификации и ее функции;
- 6 определить классификацию игровых форматов в интернет-СМИ;
- 7 выделить основные виды игровых форматов в общественно-политических СМИ;
- 8 описать практики использования игровых форматов в отечественных и зарубежных общественно-политических СМИ.

В качестве теоретической базы были использованы работы в области типологии игр К. Вербаха, Т. Апиняна, И. Карпенко, В. Олешко и Я. Богоста. Для исследования феномена игры, опираемся на научные работы Э. Берна и Й. Хейзинга. В рамках определения структуры игры были использованы научные работы С. Бронниковой и В. Нефедова. При обозначении термина «геймификация» основывались на работах Я. Богоста и А. Мазелис. Для типологии игровых форматов использовались исследования И. Ерофеева, С. Степанян и А. Тертычного.

В качестве эмпирической базы рассматривались игровые форматы современных российских и зарубежных интернет-СМИ в таких изданиях как Медиазона, Такие дела, Лента.ru, BuzzFeed, The Guardian и The New York Times. Использовались публикации СМИ за период 2015-2022 года. Единица счета – игровые форматы, использованные в контенте выбранных изданий за указанный период.

В рамках выпускной квалификационной работы использованы такие **методы исследования** как метод анализа, метод дедукции, а также метод сравнительного анализа.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что материалы исследования могут быть полезны в качестве работы с игровыми форматами при создании информационного контента.

**Теоретическая значимость** работы определяется систематизацией исследований относительно особенностей игровых форматов в общественно-

политических интернет-СМИ. Изучение форматов в журналистике позволяет обобщить теоретические положения в игровом направлении и способствует структурированию знания для дальнейшего изучения игрового аспекта в качестве новой медиареальности.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, основной части, включающей теоретическую и практическую главы, заключения и списка использованных источников работы и приложений. Во введении сформулирована актуальность работы, обозначена ее цель и составлены задачи, а также выделен объект и предмет исследования.

В первой главе раскрыты термины «игра» и «геймификация», обозначена структура игры. Определены типологические признаки геймификации в массмедиа, а также ее виды и специфические свойства. Сформулировано определение понятия «игровой формат», а также обозначена типология существующих игровых форматов. Во второй главе проанализирована практика применения игровых форматов в отечественных и зарубежных общественно-политических интернет-СМИ. Определена частота использования определенного игрового жанра. В заключении сформулированы основные выводы работы и намечены направления дальнейшего изучения темы. В приложении включены итоговые графики, на основании полученных данных в ходе исследования.

## **1 Понятия «игра» и «геймификация» в современных масс-медиа**

Прежде чем рассмотреть игровые элементы современных общественно-политических СМИ, необходимо разграничить понятия «игра» и «геймификация». Рассмотреть игру как культурный феномен, выделить признаки геймифицированного контента, а так же выявить типологию игровых форматов в СМИ.

### **1.1 Игра как феномен культуры**

«Игра старше культуры», — писал в Homo Ludens Йозеф Хейзинга [Хейзинга, 1997]. Игра всегда была одним из основных способов воспитания, обучения и освоения человеком окружающего мира. Психологи и социологи ни одно десятилетия исследует данный феномен, так как он сопровождает нас еще с появления первых людей, ставших основоположниками игровых концепций. Так, например, в античности игра приобретала сакральный смысл и воплощалась через ритуалы.

В древности сакральный смысл игры приобретал настолько весомую значимость, что сопровождал первобытных людей во время всех культурных и исторических событий. Войны, свадьбы, спортивные мероприятия начинались ритуалами и обрядами, которые были наполнены игровыми элементами. Игровые роли так же примерялись еще первобытными людьми, когда среди общины был свой старшина. Именно он исполнял роль наставника, обучал младших, общался с миром духов и проводил священные ритуалы.

Исследователь исторического аспекта игровой модели Йохан Хейзинга, в своей работе существенно расширил общественное понимание игры и выделил ее особую специфику. Сущность игры Хейзинга сначала определяет как несерьезность, однако поясняет, что играющие животные в отличие от человека не смеются, то есть игра все же может включать в себя серьезность.

Игра, по Хейзинге, это «свободное действие», поскольку она лишена принуждения и ей предаются в «свободное время» и в особом «игровом пространстве» [Хейзинга, 1997].

Особенность заключается в том, что игра хаотична. Она не определяется ни логическими, ни эстетическими, ни биологическими характеристиками. Перед нами раскрывается противоречие: с одной стороны человек сосредоточен и напряжен во время развернувшейся игры, с другой, напротив, расслаблен. Для того чтобы понять природу игры и обозначить ее значимость в социализации человека на протяжении всей его жизни, обратимся к ключевым характеристикам игры [Хейзинга, 1997]:

### 1 Свобода

Под «свободой» Хейзинга подразумевает свободное действие, выбор, к которому нельзя принудить. Однако, такой характеристики лишены дети и животные, так как они действуют лишь на уровне инстинктов, в отличие от взрослого человека, который сам формирует для себя игру. Животные и дети способны получать от «навязанной» инстинктами игры удовольствие, это и есть свобода.

### 2 Отличие от обыденности

Если раньше отличие от обыденности существовало, то, сегодня эти границы стерты. Что ранее было принято считать игрой, сейчас преобразовалось в культуру и воспринимается современным человеком как обыденность. Это подтверждает то, что культура основана на игре, а не наоборот.

### 3 Ограниченность

Игра не может существовать без места, игроков и времени. Если они не образуют единую цепь, то игра будет завершена или так и не сможет сформироваться.

Помимо специфических особенностей, выделенной Хейзинга, игрой принято было считать и любое творческое проявление человека. Так, Т. Рибо говорил, что игра — это более общее понятие, включающее, в том числе и



эстетическую деятельность; таким образом, творчество — это один из видов игры. С самого раннего возраста у детей проявляются творческие процессы, выражающиеся лучше всего в играх [Рибо, 2011].

Современные исследования концепции «игры» присваивают человеку несколько иную, более адаптированную под современность модель. Так, в своих работах Берн классифицирует «игру» на основных ассоциациях человеческого «Я»: Ребенок, Взрослый и Родитель [Берн, 1992]. В данной концепции Берн утверждает, что в зависимости от ситуации, человек придерживается избранной модели Ребенка, Взрослого или Родителя, для того, чтобы получить желаемое, удовлетворить социальные потребности и самоутвердиться. Работая в коллективе, мы можем часто наблюдать подобную концепцию в действии. Так, например, начальник, попросивший работника задержаться, может наблюдать у своих сотрудников совершенно разную реакцию: «Родитель» возмутится происходящему и будет критиковать свое начальство за нарушение нормированного графика; «Ребенок» переложит ответственность на своего коллегу; «Взрослый» предложит компромисс. Человек может менять свою игровую концепцию ежеминутно, принимая тем самым наиболее удобную модель поведения, которая в зависимости от игровой роли. Таким образом, все социальные процессы в обществе есть игра.

В условиях цифровой действительности, необходимость принимать игровую роль для выживания отпало, однако появилась потребность в замещении. Этот процесс обусловлен, прежде всего, перенасыщением повседневной рутинной. Благодаря игре, человек не только способен примерять на себя роль понравившегося персонажа, но и исследовать новые миры, создавать собственные игровые концепции, продумывать сюжетные линии, а так же изучать мир при помощи новых игровых технологий.

Игры помогают человеку успешно социализироваться, самоутвердиться и удовлетворить социальные и эмоциональные потребности. Примеряя на себя роль игрового персонажа, человек

переживает с ним историю, сопереживает и ассоциирует себя с ним. Подобная особенность вырабатывает определенную степень вовлеченности, а так же обеспечивает уход от социальной действительности.

Еще одним важным фактором является то, что игра адаптивна и основывается на интересах игрока. Игровая индустрия многогранна, и зависит, прежде всего, от степени мотивации. Ее задача — подтолкнуть человека играющего к определенной цели. Подобные игры называются стратегическими. Риммерт Ван дер Коэй впервые классифицировал игру как метод направления. Им были выделены следующие виды стратегических игр [Коэй, 1987]:

- агональные игры (спортивные);
- мимикрические игры (где участник примеряет на себя какую-то роль);
- алеаторические игры (игры, зависящие от удачи игрока).

К ним же стоит отнести так называемые «головокружительные» игры. Они направлены на привлечение внимания при помощи эмоционального диапазона [Апинян, 2003]. Так, например, всеми известная «комната страха» или набирающие популярность квесты. Человек пробирается к цели при помощи испуга и всевозможных манипуляций.

Макгонигал рассматривает игры с точки зрения создаваемого ими пространства и выделяет игры альтернативной реальности, игры с целью и игры с дополненной реальностью [Макгонигал, 2018].

Подводя итоги, можно сделать вывод, что игра является основообразующим явлением для формирования человеческой культуры. Она образует цепь, связывающую внутреннее, субъективное человеческое понимание мира и действительности. Игры помогают человеку успешно социализироваться, самоутвердиться и удовлетворить социальные и эмоциональные потребности. Все социальные процессы есть игра, в которые играют как взрослые люди, так и дети.

## **1.2 Структура игры и ее ключевые элементы**

Итак, игра — это исторически сложившаяся система, способная эффективно воздействовать на аудиторию. Будучи механизмом привлечения, игра имеет собственную структуру, которая и обеспечивает эффективный метод вовлечения участников в игровой процесс.

Игровой механизм выстраивается по принципу пирамиды, где элементы игры не только связаны между собой, но и имеют особую степень влияния друг на друга. Так, американский академик Кевин Вербах, в своей книге «Вовлекай и властвуй» выделяет три слоя, которые входят в игровую структуру [Вербах, 2013].

Первым слоем игровой пирамиды является «Динамика». Динамика предполагает формирование концепции игры, а так же обозначения структуры, которая делает опыт игрока связным, последовательным и гармоничным.

Динамика основывается на пяти базисах: ограничения, эмоции, нарратив, прогрессия, отношения.

Ограничения — это связующее звено опыта игрока. В предыдущем параграфе мы акцентировали внимание на то, что каждой игре необходимы определенные правила. Отличие данного процесса в том, что если правила довольно абстрактны, и заменяемы в игровом поле, то ограничения конкретны и устойчивы, так как игра должна порождать значимые выборы и проблемы, ограничивая тем самым свободу игроков и вовлекая их в новые игровые условия. После того как ограничения вводят игроков в игровые условия, начинается этап закрепления внимания у пользователей.

Эмоции. Данный элемент динамики интересен нам с точки зрения эффективного воздействия. Эмоции являются прекрасным конструктором по вовлечению аудитории, если учитывать особенности игровых личностей и условия ограничений игроков. Для того чтобы совместный механизм эмоций и ограничений работал, требуется скрепляющий элемент системы. Им выступает нарратив.

Нарратив — последовательное изложение событий. Как правило, этот термин используется в изначальном латинском значении «рассказ», «повествование», хотя он и несколько глубже. Когда речь идёт об играх и игрофицированных системах, нарратив может принимать значение «суть», «смысл», «основная мысль» [Бронникова, Нефедьев, 2019].

Особенность нарратива как элемента динамики заключается в его самостоятельности. Существует множество вариаций игры и игрового контента, который основывается исключительно на принципах нарратива. Так, например, популярные на сегодняшний день игровые новеллы. Однако, будучи самостоятельным элементом, он ограничен в разнообразии игроков, поэтому его совокупность с другими элементами пирамиды необходима для успешного вовлечения.

Вовлечение игроков может быть выполнено при помощи вышеперечисленных элементов, но если мы ставим перед собой задачу — удержание аудитории, то методы оказываются неэффективными. Для этого существует еще один элемент динамики — прогрессия.

Прогрессия отвечает за продвижение игроков в сформировавшейся системе игры. С точки зрения игрофикации, прогрессия обусловлена желанием игроков какого-то развития. Именно на этом этапе у пользователей происходит изменения мотивации, акцентирование внимание на принципах репутации и стремление получить новые титулы, и, сопутствующие бонусы к ним.

Институт репутации является самым распространенным методом прогрессии. Она основывается на положительной или отрицательной активности пользователей, и, вследствие чего, формирует методики поощрения или наказания. Так, пользователи, занимающиеся распространением спама, попадают в «теневого бан» и не получают извещение о новых обновлениях. А пользователи с положительной репутацией могут получать дополнительные информационные ресурсы, бонусы или награды. Преимущество данного метода заключается в том, что

пользователи с легкостью могут менять собственное положение, достигая как высокого, так и низкого статуса.

Прогрессия повышает заинтересованность игроков в том или ином игровом механизме, однако, главным якорем по удержанию внимания пользователей, является возможность выстраивания взаимоотношений. Принципы отношений позволяют игрокам выстраивать связи с другими пользователями, редакцией или с командой.

Отношения – критерий динамики, основанный на выстраивании взаимоотношений внутри игры. Такой вид связи применим не только в контексте других игроков, но и при взаимодействии с неигровым персонажем.

Второй слой игровой пирамиды по Вербаху называется «механика». Он направлен на изучение действий, которые и побуждают пользователей расти и менять свой статус. К элементам механики относятся такие игровые явления как [Вербах, 2013]:

1 Принцип везения. Как правило, данный принцип активно используется для вовлечения новичков. Игра намеренно создает условия, при которых вы можете войти в десятку лидеров, тем самым вызывая интерес к постоянной победе;

2 Соревнования или принцип конкуренции, направлен, прежде всего, на достижение игроками поставленной цели. Так, например, создаются условия, при которых победители получают эксклюзивные призы;

3 Кооперация - формирование содружеств; В играх так же могут существовать специальные гильдии, при вступлении в которые игрок получает особый статус в игровом сообществе. Чем выше уровень игроков, состоящих в гильдиях, тем престижнее становится вступление в их ряды, что становится стимулом для роста пользователей.

4 Обратная связь; Наличие чата, или других средств взаимодействия с другими пользователями игры. Обратная связь может быть

и реакцией внутри игры на какое-то событие, закрытое голосование или искусственные эмоции игровых персонажей.

5 Добыча ресурсов; Принцип конкуренции за награды, уровни и т.д. Добыча ресурсов так же может быть необходима для перехода на следующий уровень.

6 Ходы; Возможность перемещения по игровым локациям. Ходы делятся на: а) локационные; б) уровневые; в) сюжетные и г) пространственные. Игра может включать все перечисленные виды игрового хода. Данный элемент механики не только влияет на развитие сюжета в игре, но и является показательным с точки зрения сложности игры. Чем больше ходов предоставляется игроку, тем сложнее и интереснее считается игра.

7 Состояние выигрыша; Отличается тем, что предполагает наличие уже сформированной зависимости от победы. Как правило, состояние выигрыша сопровождается поощрительными элементами.

8 Поощрение; Используется для поддержания интереса к игре. Поощрением могут выступать как компоненты игры, так и игровые ачивки.

Третий слой пирамиды называется «компоненты». Это то, что получает игрок при прохождении принципов динамики и механики. Вербах выделяет следующие игровые компоненты [Вербах, 2013]:

1 Достижения; Необязательные задания в играх, связанные с прогрессом прохождения, стилем игры, поиском секретов, коллекционных предметов и т.д. Иногда получение достижений дает доступ к новым материалам, например к бонусным картам, рисункам, скинам персонажей.

2 Аватары; Наличие графического представления пользователя как игрового персонажа. Во время тематических уровней, аватар игрока может меняться, приобретая дополнительные особенности. Как правило, аватары легко изменяемы и является отражением игровой роли участника. В некоторых играх аватар может являться показателем уровня игрока или его уникальных способностей.

3 Бейджи; В большинстве случаев, если речь идёт об использовании бейджей в игрофикации, имеются в виду виртуальные знаки отличия. Так, бейджи позволяют отличать «своих» и «чужих» пользователей, свидетельствовать об успешном достижении игровой цели, а так же указывать на интересы пользователей;

4 Коллекции; Сбор коллекционных элементов игры служит как дополнительный квест, который так же может выступать поощрением. Например, игроку предоставляется собрать все карточки в игре и получить дополнительные очки опыта или ценные призы в виде пополнения жизни, повышения навыка или открытие нового персонажа.

5 Открытие нового контента; После прохождения основного задания, игроки могут получать новые предметы, которые существенно облегчают задачу в последующем квесте.

6 Подарки; Многофункциональный компонент, так как может выступать самостоятельным игровым процессом. Подарки могут быть получены в результате ежедневного использования игры, обмена между игроками, в ходе тематического события.

7 Рейтинги; Используются для того, чтобы стимулировать других игроков к постоянной игре. Как правило, рейтинги служат своеобразной рекламой игрового процесса. Так, игрокам показывают, что чем выше уровень – тем больше игровых возможностей ты получаешь.

8 Уровни; В отличие от прогрессии, уровни выступают поощрительным элементом. Например, после завершения основного задания, игрок может попасть в закрытую локацию для сбора дополнительных ресурсов игры.

9 Очки; Награда, которую получает игрок после завершения миссии или задания.

10 Квесты или ивенты; Процесс игры, при котором вводятся новые условия в виде уникального задания. После выполнения задания, игрок

получает особую награду. Обычно ивенты тематические и приурочены к какому-то событию.

11 Социальные связи; Возможность получить особый титул при взаимодействии с другими игроками. Так, например, участникам предоставляется возможность сдружить или поженить своих персонажей. Как правило, подобное скрепление социальных связей так же способствует получению дополнительной награды.

12 Команды. Формирование игроков в общую команду тоже является подвидом социальных связей, однако подобное скрепление не всегда является долговечным. Так, игроки, могут объединяться для решения какой-то сложной миссии, но при этом после его выполнения, так и не сформировать межличностную связь.

Марк Лебланов в работе «Формальный подход к игровому дизайну и игровым исследованиям» включил в пирамиду метод изучения игры с точки зрения эстетики. Любая игра, по мнению Лебланова, подчинена критерием жанра и тенденциям современной культуры [Лебланов, 2004]. Однако Вербах считал эстетику внешним критерием игровой структуры, а никак не внутренним элементом игрового процесса.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что структура игры – это трехступенчатая пирамида, включающая в себя элементы разноплановой функции для создания механизма игры и игрового процесса. Пирамида демонстрирует, что концепции верхнего уровня должны поддерживаться и раскрываться одним или несколькими элементами нижних уровней, и, тем самым создавая процесс игровизации разноструктурных элементов.

### **1.3 Возникновение термина «геймификация» и ее структура**

Для того чтобы понимать существенное различие игры и геймификации, мы должны дать определение геймификации, выделить ее



специфические особенности, а так же обозначить сферы применения ее механизмов.

Впервые термин «геймификация» был использован в 1980 году. Ричард Бартл, профессор Эссекского университета, будучи первопроходцем в многопользовательских онлайн-играх упомянул, 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]. Несмотря на то, что Ричард Бартл весьма точно определил главную функцию геймификации, на сегодняшний момент трактовка термина несколько изменилась.

Если обратиться к дословному переводу, то «геймификация» состоит из американского корня «game» игра и основания «fication» фальсификация, искажение. Существует множество трактовок термина с точки зрения семантического значения. С одной стороны геймификация - это использование игровых элементов в неигровых контекстах. С другой стороны - искусственная реальность, создающая у пользователей ощущения сопричастности, вклада в общее дело, интереса к достижению каких-либо целей.

Наиболее распространенное определение принадлежит Кевину Вербаху, которое мы и будем использовать в рамках данного исследования. Итак, геймификация — это использование игровых элементов в неигровых контекстах, где под игровыми элементами подразумеваются базовые составляющие игры [Вербах, 2014].

Для того чтобы отличать геймификацию от игры, существуют характерные признаки геймифицированного продукта. Вербах определяет их как структуру. Так, им были выделены следующие признаки [Вербах, 2014]:

- 1 Наличие рутинного процесса;

Наличие рутинного процесса снижает мотивацию, носит трудоемкий характер растраты ресурсов. Геймификация в свою очередь позволяет

создавать удовольствие, повышая мотивацию у аудитории на выполнение каких-то действий.

## 2 Наличие цели и маршрут его достижения.

Пользователь ставит цель для изучения чего-то нового, а геймифицированный материал направляет его к достижению поставленной цели.

## 3 Встроенная система наблюдения за этим маршрутом.

Наблюдение способствует корректировке полученного материала, тем самым стимулируя пользователя на повторное прохождение маршрута.

Еще одной отличительной особенностью геймификации является тот факт, что хотя ее структура и включает игровые элементы, сам по себе механизм игрой не является. Основная цель геймификации – вовлечение аудитории, а так же удержание внимания к определенной теме, что существенно разнится с принципами игры.

Различия встречаются так же в вопросах доступности и простоты использования. Геймификация может существовать во всех социальных сферах жизнедеятельности человека и общества. Подобная многофункциональность обусловлена историческими особенностями развития игры, а именно, сопричастность человека к игровым процессам.

Спектр использования геймификации широк. Так, например, сайт «Учи.ру» для младшекласников полностью состоит из игровых элементов. Дети через игру изучают разные предметы, выполняя задания и получая призы. Помимо образования, геймификация может быть применима в бизнесе, маркетинге, здравоохранении, ретейле и т. д

Говоря об особенностях использования геймификации во всех сферах деятельности человека, мы должны так же учитывать наличие мотивации с ней взаимодействовать. Для того чтобы была мотивация у аудитории к игровому взаимодействию, создатели геймифицированных продуктов используют так называемые «механизмы» геймификации.

Самыми сильными механизмами являются методы соревнований и поощрений. Соревновательные методы направлены на вовлечение в соперничество. Человек конкурирует постоянно, вне зависимости от его статуса, положения в обществе и взглядов. Подобный метод эффективен потому, что способен вызвать эмоции и направлять. Поощрение имеет весомость на психологическом уровне, так как связано с детством, а именно с особенностями воспитания. Человек мотивирован выполнять какое-то действие, чтобы получить свой приз [Вербах, 2014]. Так, например, постоянные пользователи, подписчики получают «особые» титулы, преимущества над другими, награды в виде скидок или отметок кумира. Так же на многих сайтах размещаются так называемые рейтинги, где самые популярные пользователи «возвышаются» над другими.

На этом механизмы геймификации не ограничиваются. Существуют так же методы удачи, сотрудничества, накопительства, сделки или алгоритма действий [Макгонигал, 2018]. Они являются менее эффективными, и встречаются достаточно редко.

Таким образом, геймификация — это система, имеющая собственные механизмы вовлечения аудиторного сегмента. Она многогранна, и, может применяться в любой сфере деятельности человека. Ее задача в том, чтобы мотивировать пользователей к достижению определенной цели посредством психологических манипуляций.

Будучи механизмом вовлечения и удержания аудитории, применение геймификации в СМИ оказалось возможным и эффективным. Благодаря интернету СМИ начали не только создавать игровые элементы в своих материалах, но и расширили механику воздействия геймификации в целом.

#### **1.4 Геймификация в интернет-СМИ: элементы и функции**

Разобравшись с термином геймификация, мы упомянули о значимости ее влияния на контент средств массовой информации. Теперь, наша задача

состоит в том, чтобы разобраться, зачем геймификация нужна в СМИ, а так же какие функции она выполняет.

Для того чтобы привлечь внимание аудитории, СМИ так же стали прибегать к игровым механизмам геймификации. В процессе внедрения геймификации в интернет-СМИ сформировались так называемые элементы геймификации. Д.А Устюжанина выделяет следующую классификацию [Устюжанина, 2015]:

— Игровые жанры

К игровым жанрам мы относим викторину, конкурс, соревнование, видеоигры. При помощи игровых жанров пользователь может получить необходимую информацию, ответить на вопросы, узнать «шуточные» результаты и просто просветиться в тех вопросах, которые ему казались сложными. Зачастую, такая форма потребления информацией поощряется значками или титулами. Так, интернет-СМИ разворачивают у себя на площадке целый игровой интерфейс, что, несомненно, привлекает аудиторию и помогает существенно упростить материал.

— Награды

К ним относятся значки, баллы, звания. Пользователи интернет-СМИ могут получать разные игровые звания не только за участие в конкурсах или викторинах, но и за активное участие в комментировании материалов. Таким «знаком отличия» удостоены постоянные пользователи или наиболее активные зрители.

— Дизайн

К нему относятся кнопки, переключатели, бегунки. Зачастую, они могут меняться, создавая игровой эффект.

— Игровые роли

Так, например, пользователи могут отправлять реакции, тем самым имитируя работу полноценной редакции.

Интерес к игровым процессам можно объяснить тем, что главный принцип геймификации заключается в получении обратной связи от

пользователей [Мазелис, 2013]. Как показывает практика, интернет пользователь не особо активен в вопросах комментирования новостной публикации, что существенно усложняет получение обратной связи.

Обратная связь позволяет достичь наилучших результатов, посредством корректировки и анализа прошлых ошибок, поэтому ее отсутствие пагубно влияет на работу СМИ. Именно этим геймификация и отличается от любых других игр. Она направлена на указание прогресса в игре, с целью развития дополнительной мотивации у пользователя.

Помимо обратной связи, можно так же выделить три основных преимущества геймификации как способа вовлечения аудитории. К ним относится наличие четкого алгоритма для выполнения действий, анализ собственного прогресса и влияние эмоций как метод манипуляции и воздействия [Мазелис, 2013].

Цифровая индустрия так же способствовала повышению спроса геймификации на рынке массмедиа. Дело в том, что доступность интернет среды дала возможность для упрощения использования игровых технологий, а значит, сократила расходы на создание игровых элементов в СМИ. Если раньше печатным изданиям приходилось тратить дополнительные листы бумаги для размещения игры, а так же для публикации результатов, то современные медиа могут использовать единый домен, а результаты можно получать сиюминутно, не отходя от экранов.

Геймификация так же может быть использована как метод репрезентации контента. У СМИ появилась возможность не только преподносить информацию в новом ключе, но и создавать игровые проекты, которые позволяют аудитории виртуально участвовать в важных общественно-политических событиях. Новостные игры так же позволяют в интерактивной форме объяснить новости и сложные взаимосвязи политических, экономических, социальных процессов, будь то симуляция сложных научных явлений, перестановка сумм в государственном бюджете или интерактивный политический комментарий.

Помимо перечисленных преимуществ использования геймификации, таких, как подача новостей, продвижение контента или вовлечение аудитории, существует этический аспект ее повсеместного использования.

Во-первых, есть опасность, что, журналист создает текст, который не столько отражает действительность, сколько моделирует новую реальность, полностью игнорируя действительность и пренебрегая существующими фактами.

Нельзя отрицать и постоянно желание массмедиа выдать сенсационный материал. Стремление обыграть информацию так, чтобы аудитория хотела ею поделиться, может привести к тому, что новостной контент будет перенасыщен развлекательными элементами и утратит свою традиционную концепцию информирования.

Из-за этого уровень доверия к журналистике может быть значительно снижен. Такая информационная стратегия актуализирует проблемы fakenews (ложных новостей) в мировой журналистике.

Во-вторых, постоянное обращение к эмоциональной сфере вступает в противоречие с процессом осмысленного восприятия информации. В результате подобное влияние может создать пассивного информационного потребителя, который никак не прорабатывает полученную информацию.

Таким образом, геймификация в интернет-СМИ это, прежде всего система, которая приобрела ряд отличительных элементов. Элементы отличают геймификацию от других цифровых продуктов, и, позволяет расширять ее степень влияния. Геймификация имеет ряд инструментальных функций, таких как подача новостей, вовлечение аудитории, доступность в продвижении контента и наличии обратной связи. С одной стороны, журналистам необходимо понимать и использовать ее потенциал как инструмент, эффективный для работы с медиатекстами, и управления вниманием аудитории. Но, с другой стороны, нужно учитывать негативные эффекты от чрезмерного использования геймификации, которые могут быть вызваны перенасыщением медиасферой. Использование геймификации в

интернет-СМИ привело к появлению новых жанров медиаиндустрии. Игровые форматы стали использоваться повсеместно, а игры, которые используются в СМИ, приобрели не только свои специфические особенности, но и общую классификацию жанров для подачи определенного информационного повода.

### **1.5 Классификация игровых форматов в интернет-СМИ**

Для того чтобы понять существующие типологии игровых форматов, следует детальнее рассмотреть термин «формат» с точки зрения массмедиа. Российский теоретик медиа Александр Тертычный отмечает, что в эпоху становления сетевых СМИ, в интернет-журналистике присутствуют жанровые формы, которые принципиально не отличаются от тех, что были в СМИ до появления интернета [Тертычный, 2013]. Более того, СМИ не только прибегают к использованию уже известных жанров, но и расширяют их новыми. Естественно, что в условиях интернет пространства журналисты неограниченны в использовании разных технологий подачи информации, что дает им куда больше возможностей для развития такой технологии как игровой формат.

Существенная проблема изучения такого явления как «формат» обусловлена его смысловой идентичностью с термином «жанр». Дело в том, что слово «формат» резко расширило диапазон своих значений. Г.В. Лазутина в работе «Жанр и формат в терминологии современной журналистики» предлагает несколько вариантов восприятия такого сложного термина как формат: 1) формат в своем исходном значении — как совокупность внешних характеристик предмета коммуникации, передающих его размер и особенности формы; 2) формат в значении «тип издания»; 3) формат в значении «род творчества» 4) формат в значении «вид творчества»; 5) формат в значении «вид коммуникационного канала»; 6) формат в значении «способ подачи» [Лазутина, 2010].

Однако в рамках данного исследования целесообразнее использовать определение С.К. Степанян, где формат – это синоним понятию «жанр» [Степанян, 2006].

В целом использование игровых форматов характерно для социальных медиа: так, за посещение разных сайтов или платформ, можно получить разные звания, а желание создать привлекающий пользователей контент и собрать как можно больше реакций разных пользователей в виде лайков, репостов и комментариев, превращает сетевую коммуникацию в полноценную агональную игру.

Согласно исследованию Пола Клайна, в общественно-политических СМИ существуют четыре ключевых формата игры: новостная игра, тест, квест, симулятор и кликер. Такое строгое жанровое разграничение обусловлено рядом причин [Клайн, 1999]

Во-первых, доступность. Для того чтобы эффективно внедрить игровой интерфейс в информационную повестку, СМИ прибегают к созданию простых игровых ситуаций, что существенно сокращает общие затраты на внедрения игровых технологий.

Во-вторых, основная цель игровой парадигмы связана с адаптацией контента, и, только в этих жанрах информационная функция будет выполнена полностью.

Термин «новостная игра» впервые был применен в начале 2000х годов. Изначально под «новостной игрой» понимался журналистский материал, где использовались принципы языковой игры. На сегодняшний день область применения «новостной игры» существенно выросла, а сам термин приобрел неразрывную связь с понятиями «игра» и «геймификация».

Новостная игра — это цифровая игра, применяемая в журналистском контексте для его осмысления, посредством погружения в реальную ситуацию, которую символически транслирует игра [Иванько, 2016].



Новостные игры могут быть как сопровождающим материалом к журналистскому материалу, так и самостоятельным источником информации.

Иванько классифицирует новостные игры на редакционные, бульварные и репортажные [Иванько, 2016].

Редакционные игры используются для выражения мнения редакции на актуальную тему. В российских СМИ подобная форма только начинает проявляться, в то время как зарубежные СМИ используют его, начиная с 2016 года. Так, например, при помощи редакционной игры «You Draw It» The New York Times выразило свое отношение к политике Ангелы Меркель. Пользователям предложили нарисовать графики, демонстрирующие текущих политических событий и отношения редакции к данным событиям.

Бульварные игры. Они направлены на освещение политических сплетен, и, имеют исключительно развлекательный характер. Так, например, российское интернет-издание «Сноб» предлагает сравнить резиденцию Навального и дворец Путина в игре «Немецкая вилла и геленджикская аквадискотека».

Репортажные игры — это игровая версия журналистского материала. Они могут быть как информационными, так и развлекательными, в зависимости от контекста использования. Например, «Медуза» опубликовала игру под названием «Кто во всем виноват — Запад, Запад или все-таки Запад? Геополитический тест по следам заявлений МИД России», которая была сделана на основе опубликованной статьи за 16 января 2021 года.

Теоретик М. Беш выделяет такие виды новостной игры как игра — инфографика, документальные и игры-задачи. Где игра-инфографика - это интерактивные элементы. Игры-задачи это игры, при которых целью является ответ на какую-либо задачу. Документальные — игры, основанные на исторических событиях [Беш, 2013].

Один из теоретиков новостной игры И. Богост предлагает следующую классификацию новостных игр:

- игры колонки
- игры-таблоиды
- комьюнити-игры
- платформы для «новостных игр» [Богост, 2010].

Таким образом, новостная игра позволяет не только эффективно передавать актуальную информацию, но и способствует созданию медиареальности, где человек погружаясь в искусственно созданную реальность, сам становится участником освещаемых событий

Пол Клайн, автор справочников по конструированию опросов, разграничил привычное понимание теста на две категории: личностный тест и тест-викторина. Личностные тесты – это широко используемые методики измерения личностных качеств, поскольку они будут разрабатываться так, что им будут присущи многие атрибуты эффективных тестов: надежность, дискриминативность и стандартизованность [Клайн, 1994].

В условиях журналистики, данное определение применимо не до конца. Если рассмотреть основную специфику любого личностного теста в СМИ, мы понимаем, что свою ключевую роль он давно утратил. Как и любой другой вид геймификации, личностный тест служит инструментом развлечения и вовлечения аудитории, а его личностные характеристики приобретают шуточную концепцию. Исходя из особенностей данного факта, можно сформулировать признаки личностного теста как:

- для теста целью является определение характеристик личности;
- тест не предполагает наличие исчерпывающих знаний в той, или иной области.
- ответы не могут определяться как «верные» и «неверные», присутствует преимущественный субъективизм;

Вторым видом тестов, выделенным Полом Клайном, является тест-викторина. Он так же часто встречается на страницах многих интернет-изданий. Так, например, издание «Дилетант» часто использует подобный

формат для разнообразия собственного контента. В отличие от личностного теста, для формата тест-викторина свойственны следующие признаки:

- наличие «правильного» или «не правильного» ответа;
- после каждого неверно выбранного ответа предполагается наличие краткой справки;
- для успешного прохождения теста требуются исчерпывающие знания в той или иной области;
- задача теста, показать степень подготовленности/уровень знаний;

[Титова, 2015]

Следующим распространенным форматом в СМИ является квест. Согласно Быховскому, квест это приключенческая игра, в которой управляемый игроком герой продвигается по сюжету и взаимодействует с игровым миром. Существуют особые структурные элементы квеста, выделяемые Быховским:

- 1 Введение (тема игры)
- 2 Задания (цель игры)
- 3 Процесс (распределение игровых ролей, процесс игры)
- 4 Руководство к действию
- 5 Оценка [Быховский, 1999]

Таким образом, признаками квеста являются:

- наличие определенной задачи;
- наличие персонажа, за которого нужно играть;
- каждый вариант ответа значительно влияет на исход игры;
- Представляет собой структура: цель – ход – последствия.

Помимо квеста, к форматам игры относят симулятор. Чарльз Бэнкс, в своей работе «Discrete-Event System Simulation» определяет игру симулятор как программное и аппаратное средство, создающее впечатление действительности, отображая часть реальных явлений и свойств в виртуальной среде [Бэнкс, 2001].

Бэнкс выделяет следующие признаки симулятора:

- пользователь сам становится героем игры;
- многоуровневая система и градация от «легкого» к «сложному».
- наличие постепенно сменяющегося управления
- в основе симулятора лежат реальные события

В СМИ такой формат так же оказался применимым. Так, например, интернет-издание «Медиазона» выпустила игру «Симулятор протеста», где мы выступаем в роли протестующего и должны столкнуться с происходящими реалиями полицейского произвола.

Инкрементальная игра или игра кликер, так же является новым форматом игровых методик. Кликер - это компьютерная игра, игровой процесс в которой состоит из выполнения простых действий, таких как многократное нажатие на экран [Candy, 2013]

Характерными признаками кликера являются:

- упрощенный интерфейс
- управление осуществляется посредством клика
- ограниченная анимация
- конвергенция с другими видами игры [Славицкий, 2010]

Использование игровых элементов может быть для интернет-СМИ весьма продуктивным, поскольку оно позволяет решить проблемы вовлечения, развлечения, удержания пользователей. Геймификация расширяет возможности журналистики, позволяя изданиям создавать виртуальные пространства для своей аудитории, где та может испытывать новые ощущения или получать новый опыт.

## **2 Особенности игровых форматов в общественно-политических СМИ**

В этой главе обозначены критерии анализа, обоснован выбор изданий и рассмотрено использование игровых форматов в общественно-политических СМИ.

## 2.1 Методология исследования, обоснование выбора изданий

В качестве единицы анализа выступал игровой продукт, применяемый российскими и американскими общественно-политическими интернет-СМИ. В результате было отобрано шесть отечественных и зарубежных интернет-СМИ: Медиазона, Такие дела, Лента.ru, BuzzFeed, The Guardian и The New York Times. Будучи общественно-политическими интернет-СМИ, все перечисленные медиа активно применяют в контенте игровые механизмы, используя их функционал для достижения различных целей: привлечения, вовлечения, репрезентации или адаптации информационного контента.

Выбранные для анализа медиа отличаются географическим положением и статусом, однако имеют ряд общих характеристик:

- 1 Все перечисленные издания интерактивны;
- 2 Производят геймифицированный контент наравне с новостными публикациями;
- 3 Работают с одним, или несколькими игровыми форматами;
- 4 Являются общественно-политическими изданиями;

Для сравнения игровых форматов в отечественных и зарубежных интернет-СМИ использовались публикации СМИ за период 2015-2022года. Единица счета – игровые материалы, использованные в контенте выбранных изданий за указанный период. Выборка изданий сформирована на основе активного применения геймификации за последние семь лет. Использовался метод систематической выборки, генеральная совокупность составила 320 игровых материалов, а выборочная совокупность составила 125 материалов с шагом два, где:

Таблица 1 Типология игровых материалов в СМИ

<b>Общественно-политические СМИ:</b>	<b>Количество игровых материалов:</b>
Медиазона	14
Такие Дела	10

Лента.ru	11
Buzzfeed	30
The Guardian	30
The New York Times	30

Игровые форматы изданий анализировались в соответствии с установленными критериями практической главы.

## **2.2 Игровые форматы как способы репрезентации контента: критерии анализа**

Игровые форматы в интернет-СМИ не ограничиваются исключительно новостными играми. Для того чтобы отделить геймификацию от любого другого метода репрезентации контента, были использованы следующие критерии:

### 1 Формат игры:

#### 1.1 Тест

##### 1.1.1 личностный тест

##### 1.1.2 тест-викторина

##### 1.1.3 квест

#### 1.2 Симулятор

#### 1.3 Кликер

### 2 Элементы геймифицированных продуктов:

#### 2.1 Награды;

#### 2.2 Дизайн;

#### 2.3 Игровые роли;

### 3. Структура игры:

#### 3.1 Динамика

#### 3.2 Механика

#### 3.3 Компоненты

Все критерии были отобраны на основе характеристик игры, выделенные в своих работах таких исследователей как: Д.А Устюжанина, К. Вербах, Я.С Быховский, В. А Савицкий и В.Ф Олешко.

### **2.2.1 Геймифицированный контент издания Медиазона**

«Медиазона» — российское интернет-СМИ, основанное в сентябре 2014 года. Впервые геймифицированный контент начал публиковаться на странице издания в 2017 году. Редакция Медиазоны использует отдельный раздел, предназначенный для игр. Для анализа было задействовано 14 единиц:

- «Приговори мне еще. Судебная игра «Медиазоны» 10 февраля 2017;
- «Совет депутатам. Найди свое место в органах местного самоуправления» 16 июн. 2017 г;
- «Поднять плакат, увернуться от зеленки и не попасть в автозак» 25 января 2018;
- ««Не совершай ошибку!» Игра на выживание для фаталистов» 7 мар. 2018 г;
- «День тишины. Симулятор выборов» 15 мар. 2018 г;
- «Есть пять башен. Византийская игра «Медиазоны»» 18 апр. 2018 г;
- «Блокировщик действительности» 20 апреля 2018;
- «Конец игры. Здесь вам не Никольская!» 19 июл. 2018 г;
- «Сборная России. Конструктор абсурдных новостей» 4 сентября 2018 г;
- «Карты мародера. Переиграй ФСБ и останься на свободе» 17 сент. 2018 г;
- «Мрачный чтец. Создай свой трек из новостей «Медиазоны»» 14 нояб. 2018 г;
- «Накликай срок. Симулятор эшника» 30 нояб. 2018 г;

— «ВИСЕЛИЦА. Игра «Медиазоны» на знание аббревиатур» 29 мар. 2019 г;

— «Поддерживаете ли вы конституцию? Самое честное голосование на «Медиазоне»» 30 июн. 2020 г;

Все перечисленные единицы могут классифицироваться по четырем основным форматам: квест, симулятор, кликер и тест, на основе соответствий признаков игры.

К группе «тесты» относится игра «Приговори мне еще. Судебная игра «Медиазоны». Исходя из его специфических особенностей, можно соотнести его к подгруппе личностный тест. Об этом свидетельствуют следующие характеристики:

— Тест предполагает наличие осведомленности в той, или иной информации;

— Наличие новостной справки в случае неверного ответа;

— Содержание блока «правильного» и «неправильного» ответа;

Основание полагать, что это личностный тест заключается в его итогах. После прохождения теста нас сопоставляют с разными судьями, исходя из тех вариантов, которые мы выбирали. Игра включает следующие элементы:

1 В качестве игровой роли предоставляется возможность попробовать на себе роль судьи;

2 Награда в игре представляет собой полученный результат после прохождения теста. Так, в зависимости от ответов, мы можем быть Ольгой Егоровой, Вячеславом Лебедевым, Валерием Зорькиным и так далее;

Структура игры. Игра включает в себя три ключевых компонента: динамику (прогрессию, нарратив, ограничения и т.д), механику (ходы, состояние выигрыша, поощрение) и компоненты (достижение, коллекции, открытие нового).

Динамика. Тесты включают в себя три ключевых элемента динамики: прогрессия, нарратив и ограничения. Ограничения в играх происходят благодаря установленным правилам. Так, в тестах нам предоставляются



несколько вариантов ответов, из которых мы можем выбрать правильный, или наиболее интересный нам ответ. Ограничения проявляются и в том, что действие игры выстраиваются по принципу выбор – результат. Имеется так же переход на новый уровень: в зависимости от ответа, события развиваются в новом, игровом ключе, позволяя пользователю вовлекаться еще сильнее. Нарратив игр представляет собой последовательное изложение событий. История рассказывается в хронологическом порядке, при этом, меняется цепь повествования в зависимости от сделанного выбора. Каждый последующий шаг в игре, открывают новые элементы истории. Прогрессия теста «Медиазоны» заключается в продвижении игроков по игровому пространству. Прежде всего, нас вводят в определенную игровую ситуацию, где мы являемся судьей и принимаем какое-либо значимое решение, после чего, получаем определенные очки (бонусы) которые и позволяют нам продвигаться по уровням игры. При этом, игра не имеет предсказуемого конца, и, для того чтобы прийти к какому-то логическому выводу, нам приходится пройти ее до конца – что и увеличивает степень нашей вовлеченности. Подобная особенность достигается при помощи наличия нескольких концовок.

Механика. Игровой процесс, строится на том, что в игре есть ходы, состояние выигрыша и как итог – поощрение. Ходы здесь определяются выбором и формируют игровую картину. Так, например, осуждая какого-либо правонарушителя, мы открываем перед собой справку с последствиями от выбранного действия возможность перейти к следующему шагу. При прохождении игры, игра намерено создает условия, которые формируют специальные игровые характеристики. Мы можем получить либо положительные характеристики, по типу «Вы - эталон российского судьи. Ну не скромничайте, Ольга Александровна, мы от чистого сердца», так и отрицательные. Таким образом, игроки захотят увеличить свой уровень. Это и есть принцип состояния выигрыша. Поощрение, это тот элемент игры, который является ключевым при формировании интереса. При прохождении

теста, нам выдается краткая справка с характеристикой. Справка сопровождается и при выборе варианта ответа, что обеспечивает нас необходимой информацией, что тоже является своего рода поощрением.

Компоненты. Были определены такие компоненты как достижение, коллекции, открытие нового. Достижением в игре является то, что мы завершаем уровни с определенной наградой. Открытие нового, как уже говорилось, осуществляется за счет передвижения с одного уровня на другой или после выбора нужного варианта ответа. Определенный выбор влияет на открытие итоговой концовки. Так, например, мы можем быть Владимиром Борычевым, Натальей Дударь или Дмитрием Львовским. Таким образом, мы можем собирать несколько вариантов концовок или остановиться на одной.

Игра относится к интеллектуальному типу, так как сопровождается информационным материалом и предполагает ознакомление аудитории с вопросами судебной системы.

К группе «квест» мы относим такие игры, как: «Совет депутатам. Найди свое место в органах местного самоуправления», «Не совершай ошибку!» Игра на выживание для фаталистов», «Есть пять башен. Византийская игра «Медиазоны», «Сборная России. Конструктор абсурдных новостей», «Карты мародера. Переиграй ФСБ и останься на свободе», «ВИСЕЛИЦА. Игра «Медиазоны» на знание аббревиатур». Их можно соотнести к данной группе по следующим характеристикам:

- Наличие определенной задачи;
- Наличие персонажа, за которого нужно играть;
- Каждый вариант ответа значительно влияет на исход игры;
- Представляет собой структура: цель – ход – последствия.

У каждой из перечисленных игр своя цель, игровые роли и структура. Игра «Совет депутатам. Найди свое место в органах местного самоуправления» нам предлагается примерить на себя роль активного деятеля, который хочет стать депутатом определенного района Москвы. Для

этого нам создают особые игровые ситуации, где мы должны решать проблемы данной профессии: разносить листовки, обходить жильцов и т.д.

«Не совершай ошибку!» Игра на выживание для фаталистов» представляет собой игру-квест, где мы становимся одним из участников новостей «Медиазоны». Каждый запуск игры начинается с того, что мы находимся в одной игровой локации – дом, где нам предлагается сделать выбор: «выйти на улицу» или «остаться дома». Если выбрать «выйти на улицу», нам предоставляется анимированная история, где мы переживаем разные ситуации. Так, например, нас могут избить, сбить на машине, арестовать и т.д. Игра бесконечная и не имеет основной концовки. Если мы выбираем пункт «остаться дома», то игра сообщает нам о правильности выбора, и, без развития какого-либо сюжета завершается.

«Есть пять башен. Византийская игра «Медиазоны» так же является квестом. В самом начале игры нам дается пять основных башен: «силовики», «социальные блок», «неолибералы», «региональные тяжеловесы» и «спецслужбы». Игра создает некоторые ситуации, где наша задача подобрать какое-нибудь логическое решение. От выбора зависит пополнение или наоборот, истощение фишек. Игра закончится тогда, когда одна из башен «рухнет».

«Сборная России. Конструктор абсурдных новостей», представляет собой анимированный квест. Мы примеряем на себя роль репортера, и должны перемещаться по игровому миру, избегая игровых препятствий и собирая необходимые бонусы. Игра относится к имедживым играм.

«Карты мародера. Переиграй ФСБ и останься на свободе» похож по структуре на игру «Пять Башен...». Мы примеряем на себя роль Вадима Сергеевича Куминова, начальника управления Следственного комитета в губернском городе N, который существенно превышал собственные полномочия и сейчас ему грозит срок в исправительной колонии. Задача игрока – нажимать на интересующую его группу и принимать решения. В ходе игры какие-то показатели увеличиваются, какие-то уменьшаются. Всего

рассчитано 16 шагов. Если оставить все карточки перевернутыми – получим хороший финал, где главного героя не посадят, если оставить перевернутую хоть одну – свершится арест и игрок проиграет.

«ВИСЕЛИЦА. Игра «Медиазоны» на знание аббревиатур». Перед глазами игроков появляется случайный набор букв. Из них необходимо собрать аббревиатуру по ее описанию. За каждую неудачную попытку отнимают один из десяти баллов. От полученного результата зависит, в какое ведомство и на какую должность игрок попадет по распределению.

Все перечисленные игры имеют общую структуру игры. Их структура включает динамику, механику и компоненты игры.

Динамика включает в себя нарратив, прогрессию, ограничения в правилах, эмоции. Нарратив присутствует во всех вышеперечисленных играх. Во-первых, он присутствует в описании игры и обозначении игрового процесса. Во-вторых, рассказ повествуется по ходу игры. Так, например, в играх «Карты мародера», «Пять башен» или «Не совершая ошибку» игра полностью состоит из постепенно развивающегося сюжета. Прогрессия так же присутствует во всех квестах «Медиазоны». На протяжении всех игр мы продвигаемся по определенному уровню. Градация уровней осуществляется от легкого к сложному. Ограничения выстраиваются в играх следующим образом:

а) Игры имеют определенный свод правил для успешного прохождения;

б) Игровой мир ограничен, предполагает пошаговое преодоление игрового процесса;

в) Действия игрока так же ограничены, и имеют либо систему выбора варианта, либо ограниченный механизм управления игровым персонажем.

Механика. Механизм строится на везении, добычи ресурсов, ходы, состояние выигрыша и поощрение в виде бонусов в игре. Везение присутствует во всех вышеперечисленных играх и предполагает принцип интуитивного выбора. Игрок не может знать никакой дополнительной

информации об игре, и, при принятии какого-либо решения отталкивается на внутренние ощущения, которые и приводят к каким-либо событиям. Так, игровой процесс выстраивается по принципу «повезет» или «не повезет», что и сказывается на состоянии выигрыша у пользователя. В случае неудачи, игроку захочется продвинуться в игре, занять более выигрышное положение, улучшить результат. Добыча ресурсов и ходы – два неразделимых аспекта в перечисленных играх. Ресурсами выступают бонусные баллы, которые начисляются после каждого сделанного хода.

Из компонентов игры, в квестах «Медиазоны» присутствуют достижения, коллекции, открытие нового, уровни и очки. Достижения игры так же обусловлены переходом от одного уровня к другому, где мы можем заработать определенный статус. Коллекции так же собираются посредством многоуровневых концовок. Так, например, в игре «Найди ошибку» нам предоставляется возможность увидеть 16 разноплановых концовок и собрать общую картину развития игровых ситуаций. Открытие нового так же определяется посредством накопительства необходимых бонусов, для изучения полного игрового процесса посредством внедрения новых технологий в игру, добавления новых персонажей после увеличения уровня или наличие сопровождающей игровой процесс информации.

Третья группа – это игра-симулятор. К ним мы относим такие игры как: «Поднять плакат, увернуться от зеленки и не попасть в автозак», «Конец игры. Здесь вам не Никольская!», «Мрачный чтец. Создай свой трек из новостей «Медиазоны». Об этом свидетельствуют следующие признаки:

- пользователь сам становится героем игры;
- многоуровневая система и градация от «легкого» к «сложному»;
- наличие постепенно сменяющегося управления.

Игра «Поднять плакат, увернуться от зеленки и не попасть в автозак», позволяет нам ощутить на себе, какого это протестовать на улицах города. На этот раз игровой процесс построен на управлении человечком, который выполняет ряд предоставленных ему задач. Так, игрок может «агитировать»,

«бросаться краской», «отбивать товарищей» и т.д. Каждый последующий уровень игры становится сложнее и у персонажа появляются новые функции и задачи. С переходом на новый уровень в игру так же добавляются новые дополнительные элементы, например препятствие в виде полицейских, увеличения количества толпы и т.д.

«Конец игры. Здесь вам не Никольская!» напротив, предлагает нам окунуться в роль полицейского, разгоняющего футбольных болельщиков. Как и в случае «Поднять плакат», перед нами многоуровневый симулятор, который видоизменяется при переходе на новый уровень. С каждым выполненным заданием, игровой персонаж повышается в звании и может арестовывать больше количество людей. Управление игрой осуществляется клавиатурой, а сам игровой процесс предлагает сразу несколько уровней сложности. От уровня сложностей так же зависит изменения в локациях, задачах и в общем конструкторе игры.

«Мрачный чтец. Создай свой трек из новостей «Медиазоны» отличается от других симуляторов тем, что не предполагает наличие даже игрового персонажа. В игре отсутствуют какие-либо серьезные правила, а также имеется простой в использовании интерфейс. Наша задача, создать музыку из речей диктора Медиазоны и заголовков опубликованных новостей. Игру легко можно отнести к имиджевым играм, так как она знакомит с некоторой работой редакции, однако по своей структуре и общим характеристикам – это все же игра-симулятор.

Структура игр так же многоуровневая, включает динамику, механику и игровые компоненты. Динамика у симуляторов предполагает прогрессию, отграничение правилами, эмоции и нарратив. Прогрессия встречается во всех вышеупомянутых играх. Она включает в себя изменения игрового процесса при добавлении новых игровых единиц, функций и т.д. Любое пополнение сопровождающих игровой процесс элементов, обусловлен ростом игрового уровня, либо статуса. Нарратив был обнаружен в таких играх как «Поднять плакат...» и «Конец игры...», так как игра завязывается на наличии

определенного сюжета, а после, с прохождением нового уровня, получает свое развитие. Ограничение присутствует во всех играх, и представляет собой: ограничение правил, ограничение игрового процесса, отсутствие выбора вообще.

Механика предполагает добычу ресурсов, ходы, состояние выигрыша и поощрение. Добыча ресурсов включает в себя получение новых игровых возможностей, в ходе увеличения уровня в игре. Состояние выигрыша обусловлено желанием выполнить все поставленные перед игроком задачи. Так, например, в игре «Конец игры...» хочется дослужиться до определенного звания, а вот в игре «Мрачный чтец», можно проверить разную вариативность и испробовать все предложенные игрой варианты. Поощрение производится посредством похвалы, бонусов в игре или в результате готового продукта (в игре «Мрачный чтец»).

Включены такие компоненты как достижения, открытие нового, подарки, уровни, очки. Компоненты здесь оказались расширенными, чем в прошлых видах игр. Во-первых, это достижения. Как и говорилось выше, появилась возможность не только перейти на более сложный уровень, но и улучшить статус персонажа. Так, в игре «Конец игры» мы можем получить определенное звание, что дает нам основание выполнять задания быстрее. Подарками выступают бонусы в игре, в виде увеличения времени «Конец игры», дополнительных настроек «Мрачный чтец», большей силой персонажа «Поднять плакат» и т.д

Следующая группа игр «Медиазоны» - это игра-кликер. В отличие от всех остальных, она может выступать смешанным элементом с другими группами игр. Так, например, игра «Накликай срок. Симулятор эшника» является и кликером, и симулятором. Помимо него, к кликерам относятся такие игры как «Блокировщик действительности» и «Поддерживаете ли вы конституцию? Самое честное голосование на «Медиазоне» «День тишины. Симулятор выборов». Кликер отличают от других игр следующие характеристики:

- упрощенный интерфейс;
- управление осуществляется посредством клика;
- ограниченная анимация;
- конвергенция с другими видами игры;
- временное ограничение.

«Накликать срок. Симулятор эшника», «Блокировщик действительности» «Поддерживаете ли вы конституцию? Самое честное голосование на «Медиазоне» и «День тишины...», предполагает наличие самого упрощенного интерфейса. Игра не предусматривает изменений, лишь увеличивает значение разных показателей посредством клика. В игре «Накликать срок», нам предлагается собирать доносы и судить виновников при помощи нажатия мыши. При регулярном клике, нам достаются специальные очки, благодаря которым мы можем покупать определенные улучшения. В игре «Блокировщик действительности» мы становимся сотрудником Роскомнадзора, перед которым стоит задача заблокировать телеграм. Игра осуществляется так же посредством клика. «Поддерживаете ли Конституцию» является искусственным тестом, где при нажатии кнопки «Нет», нам предлагаются несколько игровых ситуаций. Игра «День Тишины», является гибридом симулятора и кликера. Интерфейс игры достаточно прост, и, предполагает простую систему кликера: наша задача собирать голоса, кликая по домам и на полученные ресурсы осуществлять покупку улучшений.

Структура кликера также ограничена. Она включает два элемента: динамику и механику. Компоненты если и есть, то сильно ограничены и представляют собой исключительно собранные в игре очки.

Динамика у игр включает в себя ограничения и прогрессию. Так, в играх присутствуют три вида ограничений:

- а) наличие правил игры;
- в) отсутствие выбора;



г) игровой мир и игровое управление ограничивается одной локацией и нажатие мыши.

Прогрессия заключается в том, что у игры есть некоторые изменения: появление новых компонентов игры (доносчиков, ресурсов, общественных сфер и т.д), и увеличения необходимых ресурсов.

Механика включает добычу ресурсов и состояние выигрыша. Добыча ресурсов так же осуществляется при помощи клика, и увеличивается с каждым новым нажатием кнопки на определенный объект. У кликеров нет каких-то предметов или объектов, однако есть определенные начисления (бонусы) за которые в игре можно покупать различные улучшения, и, тем самым развиваться.

Таким образом, можно сделать вывод, что в играх «Медиазоны» преобладает тип развлекательных игр. Они включают трехступенчатую структуру, предполагающую наличие динамики, механики и компонентов, за исключением игры «кликер», который, предполагает наличие двух компонентов игры. Издание активно использует все существующие игровые форматы, где 42% занимают квесты, 28% кликеры, 21% симуляторы и всего 9% относятся к тестам [Приложение А].

### **2.2.2 Геймифицированный контент издания «Такие Дела»**

«Такие Дела» – это информационный портал фонда «Нужна Помощь». Информационный портал занимается освещением остросоциальных тем и новостей. «Такие Дела» публикуют статьи, короткие новости, заметки, интервью. Тематика опубликованных изданием материалов носит преимущественно благотворительный характер. В контенте издания «Такие дела» можно встретить новостные игры и геймифицированные продукты, которые публикуются с разной периодичностью и не имеют общую тематическую направленность.

Единицами исследования стали 10 материалов которые были опубликованы за период с 2015 по 2022 год:

- «Как вести себя с полицией?» 31.авг. 2017;
- «Кто ты в душе? Романтик, модник, сладкоежка или любитель песиков?» 08.дек. 2017;
- «Наешь на зимовку» 14 мая 2016;
- «Тест: почувствуй себя редактором ТД»;
- «Насколько корректно вы говорите?» 12 фев.2021;
- «Истинная полицитемия» 20 мая 2020;
- «Когда дома становится опасно? Тест о насилии» 30 мая 2020;
- «Что вы знаете о БАС?» 21 июня 2018;
- «Вскрой капсулу времени» 10 декабря 2017;
- «ЕГЭ по основам блокчейна» 14 сен. 2017;

По своему содержанию, игры относятся к трем основным форматам: тест, кликер и симулятор. Они имеют схожие специфические черты, сопоставимые с данным форматом.

К группе «тест» соотносится большинство игровых материалов. Более того, игровой контент издания включает в себя как личностный тест, так и тест-викторина. К виду тест-викторина относятся следующие игровые материалы: «Как вести себя с полицией?», «Тест: почувствуй себя редактором ТД», «Насколько корректно вы говорите?», «Истинная полицитемия», «Когда дома становится опасно? Тест о насилии», «Что вы знаете о БАС?», «Вскрой капсулу времени», «ЕГЭ по основам блокчейна». Об этом свидетельствуют следующие характеристики:

- Наличие «правильного» или «неправильного» варианта ответа;
- После каждого неверно выбранного ответа предполагается наличие краткой справки;
- Тест предполагает наличие познаний в определенной области;
- Цель теста – определить уровень знаний/ показать степень подготовленности.

Исключением становится тест: «Кто ты в душе?...». У него есть характеристики, дающие основание отнести его к видам личностно-характеризующим тестам. Во-первых, он не предполагает наличие «неправильных» вариантов ответа. Во-вторых, каждый выбранный вариант ответа приводит к определенному выводу. В-третьих, в конце теста предоставляется краткая личностная характеристика.

Тесты имеют игровые элементы, что дает нам основание причислить их к играм. Во-первых, совпадает игровой жанр «викторина». Во-вторых, дизайн. Наличие анимированных элементов, преобразование курсива и т.д. В-третьих, игровые роли так же применяются в игре.

Структура игры. В игре присутствуют три элемента игровой структуры: динамика, механика и компоненты игры.

Динамика. Включает в себя элементы ограничения, нарратива и прогрессии. Ограничения проявляются в том, что перед игроком существует перечень нескольких ответов, из которых ему предстоит выбрать только один или несколько вариантов. Выбор может осуществляться по принципу: 1) наиболее предпочтительный вариант; 2) рандомное нажатие; 3) уверенность в правильном ответе (тест-викторина); 4) приближенность к действительности (личный тест). Нарратив присутствует как в личностном тесте, так и в тесте-викторине. В первом случае, нарратив проявляется в тематической особенности теста. Так, например, «Кто ты в душе? Романтик, модник, сладкоежка или любитель песиков?» вопросы составлены таким образом, что в итоге мы получаем одну из предложенных характеристик. В тесте-викторине нарратив предполагает увеличение познания в определенной области, например, в познании своих прав и обязанности при работе с полицией («Как вести себя с полицией?»). Прогрессия проявляется в возможности перейти к следующему вопросу теста.

Тесты включают в себя только один элемент механики – наличие ходов, которые осуществляются посредством выбора определенного ответа.

Компонентов игры задействовано несколько. К ним относятся коллекции и открытие нового контента. Коллекции осуществляются при желании повторного прохождения теста, и, как следствие, происходит открытие новых концовок: результатов или характеристик.

По типу игры они интеллектуальные, так как имеют образовательную цель и передают информацию в упрощенном, игровом ключе.

Вторая категория формата «квест». К ней относится игра под названием «Наешь на зимовку». Ее мы можем соотнести к данной категории по следующим признакам:

- наличие определенной задачи;
- наличие персонажа, за которого нужно играть;
- каждый вариант ответа значительно влияет на исход игры;
- Представляет собой структура: цель – ход – последствия.

В квесте «Наешь на зимовку» присутствуют элементы игры, что дает нам основание соотнести его к игровому продукту. Об этом свидетельствуют наличие следующих элементов:

- А) Наличие игрового жанра – соревнование;
- Б) Присутствие в игре награды;
- В) Игровой дизайн; Изменение курсора, кликабельность игровых элементов, анимация.

**Структура игры** трехуровневая и включает в себя динамику, механику и компоненты игры.

Структурными элементами динамики являются ограничения, прогрессия, эмоции и нарратив.

- 1 Ограничения. Игра имеет определенный свод правил, которым нужно следовать при прохождении игры.
- 2 Прогрессия. В игре присутствуют три уровня сложности: Ашан, Магнит и Азбука Вкуса.

3 Нарратив. Игра основана на рассказе о людях, которые намеренно совершают административное правонарушение, лишь бы не замерзнуть зимой на улице.

4 Эмоции. Прохождение игры вызывает сочувствие к людям. «Такие Дела» используют реакцию аудитории для привлечения внимания к существующей проблеме.

Механика включает в себя: везение, обратную связь, ходы и состояние выигрыша. Везение в игре проявляется в том, что игрок изначально не знает, сколько продуктов нужно съесть, и, только при интуитивном отборе, может набрать правильное количество. Обратная связь включает в себя наличие ссылки, перейдя по которой можно внести необходимые пожертвования. Ходы в игре проявляются при отборе определенного элемента (еды) и переноса его в соответствующее окошко (стол). Состояние выигрыша обусловлено наличием трехуровневой системы, которую хочется пройти для дополнительной информации и проверки собственных способностей.

Компонентами игры являются очки, уровни, коллекции и квесты. Очками являются заработанные баллы (цифры чека) в конце игры. Уровни включают три ступени сложности. Коллекциями выступают информационные справки, выпадающие после каждого уровня. Все они повествуют о разных аспектах проблемы, и, предназначены для формирования общей картины происходящего. Квесты предполагают наличие определенной игровой задачи. В игре встречается всего три задачи: собрать определенное количество продуктов, выбрать их из предложенного списка и сформировать общий стол.

Тип игры – интеллектуальный, так как предполагает изучение информации о существующей проблеме.

Третья категория игр, это игра – кликер. К ней мы относим такую игру, как «Люди должны быть разными». Она сопоставима со следующими признаками игры:

— упрощенный интерфейс;

- управление осуществляется посредством клика;
- ограниченная анимация;
- конвергенция с другими видами игры.

Кликер включает в себя один элемент игры – игровой дизайн. Структура игры отсутствует.

Таким образом, можно подвести итоги. По типу игры встречаются преимущественно интеллектуальные игры. Игра тест не имеет структуры игры, но включает ее признаки и элементы. В процентном соотношении 66% игрового контента занимают тесты, 17% занимают квесты и 17% занимают кликеры. Игровой формат «симулятор» в контенте издания «Такие Дела» не применяется [Приложение Б].

### **2.2.3 Геймифицированный контент издания «Лента.ru»**

«Лента.ru» – российское новостное интернет-издание, которое специализируется на информационном контенте. Помимо новостных публикаций в контенте издания встречаются и игровые материалы. В рамках исследования будут задействованы следующие игровые единицы:

- «Год после Майдана» 21 нояб. 2019 г;
- «Есть традиция такая» 31 июля 2015;
- Мультимедийный проект, сопровождающаяся игрой-тестом «Планета мастеров»;
- «Сам себе номинант» 25 февраля 2016;
- «Собери мощный двигатель» 15 янв. 2015 г;
- «Что вы знаете о «Евровидении?»» 22 мая 2015 ;
- «Реактивный двигатель Сталина» 29 авг.2015;
- «Шаман или нет? Тест «Ленты.ру» на знание российского Севера» 30 марта 2017;
- «Пусть кричат — уродина Так ли хорошо вы знаете Россию, чтобы считать себя россиянином: тест «Ленты.ру»» 12 июня 2017;

— ««За синий платочек!» Тест «Ленты.ру» на знание истории Великой Отечественной войны» 9 мая 2017;

— «Россия для грустных Тест «Ленты.ру» на экстремизм» 9 декабря 2016;

По соотнесенности к форматам игры, игровой контент издания подразделяется на два ключевых формата: квест и тест.

К тестам относятся такие игры как «Год после Майдана», «Планета Мастеров», «Что вы знаете о «Евровидении?»», «Шаман или нет? Тест «Ленты.ру» на знание российского Севера», «Пусть кричат — уродина Так ли хорошо вы знаете Россию, чтобы считать себя россиянином: тест «Ленты.ру»», ««За синий платочек!» Тест «Ленты.ру» на знание истории Великой Отечественной войны», «Россия для грустных Тест «Ленты.ру» на экстремизм». К группе «тест-викторина» мы можем соотнести следующие игровые материалы: «Год после Майдана», «Что вы знаете о «Евровидении?»», «Шаман или нет? Тест «Ленты.ру» на знание российского Севера», «Пусть кричат — уродина Так ли хорошо вы знаете Россию, чтобы считать себя россиянином: тест «Ленты.ру»», ««За синий платочек!» Тест «Ленты.ру» на знание истории Великой Отечественной войны», «Россия для грустных Тест «Ленты.ру» на экстремизм». Об этом свидетельствуют следующие признаки:

— Тест предполагает наличие осведомленности в определенной области познания;

— Содержание блока «правильного» и «неправильного» ответа;

— Наличие новостной справки при выборе неверного ответа.

«Планета Мастеров» по своим характеристикам соотносится с подгруппой «личностный тест», об этом свидетельствуют следующие характеристики:

1 Отсутствие правильного ответа. Все ответы субъективны, и, предполагают выбор на усмотрение участника;

2 Ответы на вопросы не требуют познаний в какой-либо области;

3 Итоговые результаты зависят от выбора пользователя;

4 Характеристики даются в развлекательном ключе.

По своему содержанию, тесты включают в себя следующие игровые элементы:

1 Игровой жанр – викторина.

2 Награды. Наградой являются полученная в итоге информация.

3 Дизайн. Меняются переключатели, анимация переходов.

4 Рутинный процесс.

5 Цель - дать больше информации.

6 Система наблюдения проявляется при получении результатов тех, кто прошел тест.

Структура игры. В игре присутствуют три элемента игровой структуры: динамика, механика и компоненты игры.

Динамика. Включает в себя элементы ограничения, нарратива и прогрессии. Ограничения проявляются в том, что перед игроком существует перечень нескольких ответов, из которых ему предстоит выбрать только один или несколько вариантов. Выбор может осуществляться по принципу: 1) наиболее предпочтительный вариант; 2) случайное нажатие; 3) уверенность в правильном ответе (тест-викторина); 4) приближенность к действительности (личный тест). Нарратив присутствует как в личном тесте, так и в тесте-викторине. В первом случае, нарратив проявляется в тематической особенности теста. В тесте-викторине нарратив предполагает увеличение познания в определенной области. Прогрессия проявляется в возможности перейти к следующему вопросу теста.

Тесты включают в себя только один элемент механики – наличие ходов, которые осуществляются посредством выбора определенного ответа.

Компонентов игры задействовано несколько. К ним относятся коллекции и открытие нового контента. Коллекции осуществляются при желании повторного прохождения теста, и, как следствие, происходит открытие новых концовок: результатов или характеристик.



По типу игры соотносятся с интеллектуальными играми.

Следующая группа представляет собой игру-квест. К квестам относятся такие игры как: «Есть традиция такая», «Сам себе номинант», «Собери мощный двигатель», «Реактивный двигатель Сталина». Их мы сопоставили с общими признаками игры-квеста:

- наличие определенной задачи;
- наличие персонажа, за которого нужно играть;
- каждый вариант ответа значительно влияет на исход игры;
- представляет собой структура: цель – ход – последствия.

«Есть традиция такая», игра посвященная празднованию дня ВДВ. За основу игры взята традиция, купаться в этот день в фонтанах города. Нам предлагается поиграть за представителя силовых структур, который спускается на парашюте. Задача игрока, вычислить правильную траекторию и нажать на кнопку посадки.

«Сам себе номинант» это игра, предполагающая собрать все необходимые элементы для рейтингового фильма. Так, мы можем выбрать главного актера, жанр, актеров массовки и т.д.

«Собери мощный двигатель» предполагает примерку роли механика. Суть игры заключается в том, что нам подробно рассказывается элемент двигателя. Игра преимущественно рекламная, так как создана для продажи специализированного машинного масла. После конструирования двигателя, нам предоставляется информационная справка.

«Реактивный двигатель Сталина» является сопровождающим элементом инфографики. Изначально нам предоставляется краткая историческая справка, а в конце предлагают примерить на себя роль Иосифа Виссарионовича и нажать на кнопку запуска ракет, предварительно рассчитав траекторию.

Игры включают в себя следующие игровые элементы: 1) наличие игровых жанров – видеоигра; 2) награды – очки, полученные после прохождения игры; 3) игровые роли – например, нам предоставляется

возможность поиграть за ВДВшника; 4) Дизайн – игровая панель. Структура квеста имеет три ключевых элемента игровой пирамиды: Динамика, Механика и Компоненты.

Динамика включает в себя прогрессию, ограничения, нарратив. Ограничения предполагает наличие определенных правил, ограниченный игровой интерфейс, а так же ограничение в сфере управления, так как игры ограничиваются простым нажатием. Прогрессия заключается в получении процентного соотношения, медалей, а так же усложнением игрового процесса. Нарратив присутствует как информационная справка, которая вводит в процесс игры.

Механика: везение, ходы и состояние выигрыша. Везение обусловлено отсутствием знания определенного механизма или траектории. Игрок полагается исключительно на свою интуицию. Состояние выигрыша обусловлено выработкой желания закончить начатое, а также улучшить собственные показатели.

Компоненты: достижения, коллекции, открытие нового, подарки, уровни, очки. Достижения проявляется в формировании определенного рейтинга, посредством получения процентных данных и значков, а так же званий (Есть такая традиция...). Можно собирать коллекции из значков, открытых финалов. Открытие нового предполагает смену локаций. Так, например, появление нового объекта - «фонтана», в игре «Есть такая традиция...».

Таким образом, игровой контент издания «Лента.ru» не ограничивается новостными играми. Так, в контенте издания активно применяются игры формата квест и тест. Преимущество остается за интеллектуальным типом игры.

«Лента.ru» чаще всего использует игровой формат - квест, а вот форматы симулятор и кликер не используются для репрезентации контента. В процентном соотношении 58% - квесты, а 42% занимают тесты [Приложение Г]

## 2.2.4 Геймифицированный контент издания BuzzFeed

«Buzzfeed» – это американская общественно-политическая интернет медиа-компания, которая транслирует международные новости с 2006 года. Тематическая специфика очень широкая: В СМИ публикуются как политические новости, так и новости шоу-бизнеса. На официальном сайте новостного издания существует отдельный для игр раздел под названием «Quizzes». В самом разделе викторин существует тематическое разделение, которое позволяет ускорить поиск нужного теста. Для анализа было выбрано 20 единиц:

— «It's That Easy — Match These 80 Countries To The Continents They're In To Win» 3 апреля 2022г;

— «Wanna Know Which Hogwarts House You Really, Truly Belong In? Just Make A Playlist With Today's Hits To Find Out» 11 октября 2021г;

— ««Heartstopper» Is One Of The Best New Shows On Netflix — Now It's Time To Find Out Which Character You Are» 29 апреля 2022г;

— «Let's Actually Find Your Toxic Trait» 1 мая 2022 г;

— «Pick Some Snacks, Songs, And Superhero Movies To Learn How Everyone Else Sees You» 1 мая 2022 г;

— «Your Taste In Celebrities, Snacks, And Songs Will Reveal Your Age With 97.4% Accuracy» 1 мая 2022 г;

— «Here Are 60 Disney Characters — You Better Remember At Least 55» 1 мая 2022 г;

— «Could You Survive On Only Kids Menu Food?» 1 мая 2022 г;

— «Because I'm Nosy — Tell Me If You'd Eat These Leftovers, Or Yeet Them Into A Trashcan» 1 мая 2022г;

— «Let's Find Out If You Can Match These 17 Declarations Of Love To The Rom-Com They're From» 1 мая 2022г;

- «Answer These 10 Questions And We'll Reveal Which Grocery Store You're Most Like» 1 мая 2022г;
- «Based On Your "Divergent" Faction, Star Sign, And Hogwarts House, We Can Determine Your Hidden Personality Trait» 1 мая 2022г;
- «Your Age Is Super Obvious Based On The Disney Family You Build And The Disney Foods You Eat» 1 мая 2022г;
- «If You Name At Least 80% Of The Moms On This Quiz, You Grew Up Watching Really Good Movies» 29 апр. 2022г;
- «Pretend To Go Thrifting And I'll Tell You Which Ice Cream Flavor Matches Your Personality» 28 апр. 2022 г;
- «Which 2000s Trend Matches Your Personality?» 30 апр. 2022 г;
- «What Fate Do You Deserve?» 1 мая 2022 г;
- «If You Owned More Than Half Of These Things, You Were Definitely A Rich Kid Growing Up» 13 февр. 2022 г;
- «Can You Finish These 9 Popular Sayings?» 26 апр. 2022г;
- «Here Are 7 Questions About Ravenclaw — Can You Answer Them?» 8 июня 2022г;
- «Let's See If You've Watched As Many Of These '90s Sitcoms As Everyone Else» 8 декабря 2021г;
- «Let's Find Out Which Pop Girlie And Marvel Villain You're A Combo Of» 6 июня 2021г;
- «Here Are Today's Heartthrobs, But Let's See If They'd Be Popular In The '80s» 15 июня 2021;
- «I've Pitted Disney And Nickelodeon Shows Against Each Other And I Wanna Know What You Think A Good Name For A Fake Crossover Would Be» 11 июня 2022;
- «If You Meal Prep Some Food To Eat In The Next 24 Hours, Then We Can Reveal If You're More Mike Or Eleven From "Stranger Things» 10 мая 2021;

— «If You Design A House, I'll Tell You Which Disney Princess You Are Deal?» 7 августа 2021;

— «This Quiz Will Reveal If You're More Of A Beach Girl Or A City Girl» 28 марта 2021;

— «Can You Name Where In The World These 25 Disney Movies Are Set?» 29 мая 2022;

— «Based Off Their Strengths And Red Flags, I Wanna Know If You Would Date Any Of These Strangers» 15 июня 2022;

— «Who Are You? Dolores Or Isabela?» 11 июня 2022;

Все отобранные геймифицированные продукты были распределены на две категории, на основании соответствий признаков формата. Так, было выявлено два основных формата игр: тест-викторина и личностный тест.

К группе «личностный тест» были определены следующие наименования: «Wanna Know Which Hogwarts House You Really, Truly Belong In? Just Make A Playlist With Today's Hits To Find Out», ««Heartstopper» Is One Of The Best New Shows On Netflix — Now It's Time To Find Out Which Character You Are», «Let's Actually Find Your Toxic Trait», «Pick Some Snacks, Songs, And Superhero Movies To Learn How Everyone Else Sees You», «Your Taste In Celebrities, Snacks, And Songs Will Reveal Your Age With 97.4% Accuracy», «Could You Survive On Only Kids Menu Food?», «Because I'm Nosy — Tell Me If You'd Eat These Leftovers, Or Yeet Them Into A Trashcan», «Answer These 10 Questions And We'll Reveal Which Grocery Store You're Most Like», «Based On Your "Divergent" Faction, Star Sign, And Hogwarts House, We Can Determine Your Hidden Personality Trait», «Your Age Is Super Obvious Based On The Disney Family You Build And The Disney Foods You Eat», «Pretend To Go Thrifting And I'll Tell You Which Ice Cream Flavor Matches Your Personality», «Which 2000s Trend Matches Your Personality?», «What Fate Do You Deserve?», «If You Owned More Than Half Of These Things, You Were Definitely A Rich Kid Growing Up», «Pick Some Snacks, Songs, And Superhero Movies To Learn How Everyone Else Sees You», «Let's Find Out

Which Pop Girlie And Marvel Villain You're A Combo Of», «If You Meal Prep Some Food To Eat In The Next 24 Hours, Then We Can Reveal If You're More Mike Or Eleven From "Stranger», «If You Design A House, I'll Tell You Which Disney Princess You Are», «This Quiz Will Reveal If You're More Of A Beach Girl Or A City Girl», «Based Off Their Strengths And Red Flags, I Wanna Know If You Would Date Any Of These Strangers», «Who Are You? Dolores Or Isabela?»».

Тесты соотносятся к личностному тесту по ряду признаков:

1 Отсутствие правильного ответа. Все ответы теста субъективны, и, предполагают осуществление выбора на усмотрение читателя;

2 Ответы на вопросы не требуют познаний в какой-либо области;

3 Итоговые результаты влияют от сделанного ранее выбора;

4 После прохождения теста дается краткая личностная характеристика;

С точки зрения структуры, тесты трудно соотносимы, однако они имеют элементы и признаки игры, что дает нам основание соотнести их к геймифицированному продукту. Так, например, они включают в себя следующие особенности:

1 Игровой формат - тест.

2 Награды. Наградой выступают итоговые результаты.

3 Игровые роли. Предлагается примерить на себя роль определенных персонажей мира кино, литературы, искусства и т.д

4 Наличие цели. Ответить на вопросы, получить необходимый результат.

Структура игры. В игре присутствуют три элемента игровой структуры: динамика, механика и компоненты игры.

Динамика. Включает в себя элементы ограничения, нарратива и прогрессии. Ограничения проявляются в том, что перед игроком существует перечень нескольких ответов, из которых ему предстоит выбрать только один или несколько вариантов. Выбор может осуществляться по принципу: 1) наиболее предпочтительный вариант; 2) рандомное нажатие; 3) уверенность

в правильном ответе (тест-викторина); 4) приближенность к действительности (личный тест). Нарратив присутствует как в личном тесте, так и в тесте-викторине. В первом случае, нарратив проявляется в тематической особенности теста. В тесте-викторине нарратив предполагает увеличение познания в определенной области. Прогрессия проявляется в возможности перейти к следующему вопросу теста.

Тесты включают в себя только один элемент механики – наличие ходов, которые осуществляются посредством выбора определенного ответа.

Компонентов игры задействовано несколько. К ним относятся коллекции и открытие нового контента. Коллекции осуществляются при желании повторного прохождения теста, и, как следствие, происходит открытие новых концовок: результатов или характеристик.

Следующая категория игр – это тест-викторина. К ним мы относим следующие наименования: «It's That Easy — Match These 80 Countries To The Continents They're In To Win», «Here Are 60 Disney Characters — You Better Remember At Least 55», «Let's Find Out If You Can Match These 17 Declarations Of Love To The Rom-Com They're From», «If You Name At Least 80% Of The Moms On This Quiz, You Grew Up Watching Really Good Movies», «Can You Finish These 9 Popular Sayings?», «Here Are 7 Questions About Ravenclaw — Can You Answer Them?», «Let's See If You've Watched As Many Of These '90s Sitcoms As Everyone Else», «Here Are Today's Heartthrobs, But Let's See If They'd Be Popular In The '80s», «I've Pitted Disney And Nickelodeon Shows Against Each Other And I Wanna Know What You Think A Good Name For A Fake Crossover Would Be», «Can You Name Where In The World These 25 Disney Movies Are Set?».

Их можно соотнести к данному формату по следующим признакам:

- Наличие правильного/неправильного варианта ответа;
- Для успешного прохождения теста требуются познания в той или иной области;
- В ходе прохождения теста выясняется дополнительная информация;

— При выборе неправильного ответа, дается краткая справка.

С точки зрения структуры игры, тесты-викторины так же сложносопоставимы с динамикой, механикой и компонентами игры, однако включают в себя признаки и элементы игры.

1 Игровой жанр - викторина.

2 Награды. Наградой выступают итоговые результаты, информация которая дается в случае неправильных ответов.

3 Наличие цели. Ответить на вопросы, получить необходимый результат о степени своего познания в той или иной области.

Структура игры. В игре присутствуют три элемента игровой структуры: динамика, механика и компоненты игры.

Динамика. Включает в себя элементы ограничения, нарратива и прогрессии. Ограничения проявляются в том, что перед игроком существует перечень нескольких ответов, из которых ему предстоит выбрать только один или несколько вариантов. Выбор может осуществляться по принципу: 1) наиболее предпочтительный вариант; 2) рандомное нажатие; 3) уверенность в правильном ответе (тест-викторина); 4) приближенность к действительности (личный тест). Нарратив присутствует как в личном тесте, так и в тесте-викторине. В первом случае, нарратив проявляется в тематической особенности теста. В тесте-викторине нарратив предполагает увеличение познания в определенной области. Прогрессия проявляется в возможности перейти к следующему вопросу теста.

Тесты включают в себя только один элемент механики – наличие ходов, которые осуществляются посредством выбора определенного ответа.

Компонентов игры задействовано несколько. К ним относятся коллекции и открытие нового контента. Коллекции осуществляются при желании повторного прохождения теста, и, как следствие, происходит открытие новых концовок: результатов или характеристик.

Таким образом, можно заключить, что типологически игровые продукты в медиа BuzzFeed делятся на два типа: развлекательные и



интеллектуальные. Игры подаются в формате личностного теста и теста-викторины. Присутствуют как признаки игры и ее элементы, так и трехступенчатая структура игры, что дает нам основание причислить игровые материалы к игровым форматам.

В ходе соотношения игрового контента, удалось выяснить, что большинство материалов представляют собой формат личностный тест. Так, в игровом контенте издания 75% занимают личностные тесты и 25% остается формату тест-викторина. Преимущество остается за развлекательным типом игры [Приложение Г].

### **2.2.5 Геймифицированный контент издания The Guardian**

«The Guardian» – это британское общественно-политическое издание. Согласно данным Alexa, сайт газеты — самый посещаемый из сайтов британских газет. «The Guardian» является представителем качественной прессы, где публиковались многие мировые сенсации. Издание так же стало одним из первых, кто стал использовать геймификацию при подаче контента в цифровой версии газеты. Первая игра была опубликована в 2000 году и носила название «Quiz: How much do you know about Woody Allen?» . На сайте издания так же существуют постоянные рубрики «The weekend quiz», «The great British art quiz», «Sports quiz of the week» и «Travel picture quiz». В том числе издание имеет отдельное мобильное приложение, которое называется «The Guardian Puzzles». Подписка на приложение платное и составляет £3,49 в месяц, цель издания — привлечь 2 млн подписчиков к 2022 году. Сама игра представляет собой сборник головоломок, которые пополняются каждый месяц. Для исследования были использованы следующие геймифицированные продукты:

— «Which pirates were named after a type of barbecue? The Weekend quiz» 3 апреля 2021г;

— «The music quiz of the year» 26 декабря 2021г;

- «April Fools' Day quiz: how easily fooled are you?» 1 апреля 2021г;
- «How Populist Were These Politicians on the Stump» 8 мар. 2019 г;
- «The film quiz of the year» 26 дек. 2021г;
- «Has Trump Insulted You?» 10 окт. 2017 г;
- «The fashion quiz of the year» 23 дек. 2021г;
- «Why Are There Two Women's World Marathon Records» 6 апр. 2019г;
- «The food quiz of the year» 25 дек. 2021г ;
- «Sports quiz of the week: belts, breaks, falls, records and runs» 29 апр. 2022 г;
- «Are you a xennial? Take the quiz» 26 июн. 2017 г.
- «Sports quiz of the week: Barcelona, World Cup, Masters and F1 in Vegas» 1 апр. 2022 г;
- «How populist are you?» 21 нояб. 2018 г;
- «What links Meissen porcelain with a British army flag?» 19 мар. 2022г;
- «Boy bands, happy lands and Buffy's deadly mate» 24 мар. 2022 г;
- «Sad fruit, giant pandas and a host of birthday joy» 28 апр. 2022 г;
- «Pirate queens, heavenly twins and a curious talking horse» 21 апр. 2022г;
- «Comic heroes, gameshow hosts and space probes» 24 февр. 2022 г;
- «Vandalised paintings and newly found planets» 17 февр. 2022 г;
- «The perception gap: how well do you know your country? Take our quiz» 14 дек.2022;
- «Old dogs, funny names and fishy tales – take the Thursday quiz» 2 июня 2022;
- «Sports quiz of the week: money, mystery, history and debauchery» 11 марта 2022;
- «Boris Johnson quiz photo seems to show he broke Covid laws, says Keir Starmer» 12 декабря 2021г;

— «Sports quiz of the week: Fury v Whyte, Ten Hag, Dyche, difficulty and dogs» 22 апреля 2022;

— «How many pounds in a stone? Try our weights and measures quiz» 30 мая 2022;

— «Ulysses, Kelpies and Bond's debut – take the Thursday quiz» 3 марта 2022;

— «The Harry Potter Night Sorting Hat quiz» 5 февраля 2015;

— «How tall is the tallest tree and how cold is Pluto? Try our kids' quiz» 25 ноября 2017 г;

— «Fake or real headlines quiz» 14 апреля 2022;

— «Are leopards' spots perfect circles, and why do sloths move so slowly? Try our kids' quiz» 15 февраля 2022;

Все отобранные геймифицированные продукты были распределены на две категории, на основании соответствий признаков формата. В контенте издания «The Guardian» используются формат тест, включающий две подкатегории: тест-викторина и личностный тест.

К группе «личностный тест» были определены следующие наименования: «Has Trump Insulted You?», «Are you a xennial? Take the quiz», «How populist are you?», «The Harry Potter Night Sorting Hat quiz». Тесты соотносятся с форматом по ряду признаков:

1 Отсутствие правильного ответа. Все ответы тесты крайне субъективны, и, предполагают выбор на усмотрение читателя.

2 Ответы на вопросы не требуют познаний в какой-либо области.

3 Итоговые результаты влияют от выбора пользователя.

4 После прохождения теста дается краткая характеристика в шуточной форме.

Мы можем соотнести их с игровыми форматами, так как присутствуют элементы и признаки игры:

1 Игровой формат - тест.

2 Награды. Наградой выступают итоговые результаты.

3 Игровые роли. Предлагается примерить на себя роль определенных персонажей мира кино, литературы, искусства и т.д

4 Наличие цели. Ответить на вопросы, получить необходимый результат.

Следующая категория игр – это тест-викторина. К ним мы относим следующие наименования: «Which pirates were named after a type of barbecue?», «The music quiz of the year», «April Fools' Day quiz: how easily fooled are you?», «How Populist Were These Politicians on the Stump», «The film quiz of the year», «The fashion quiz of the year», «Why Are There Two Women's World Marathon Records? », «The food quiz of the year», «Sports quiz of the week: belts, breaks, falls, records and runs», «Sports quiz of the week: Barcelona, World Cup, Masters and F1 in Vegas», «What links Meissen porcelain with a British army flag? », «Boy bands, happy lands and Buffy's deadly mate», «Sad fruit, giant pandas and a host of birthday joy », «Pirate queens, heavenly twins and a curious talking horse», «Comic heroes, gameshow hosts and space probes», «Vandalised paintings and newly found planets», «Vandalised paintings and newly found planets», «The perception gap: how well do you know your country? Take our quiz», «Old dogs, funny names and fishy tales – take the Thursday quiz», «Sports quiz of the week: money, mystery, history and debauchery», «Boris Johnson quiz photo seems to show he broke Covid laws, says Keir Starmer», «Sports quiz of the week: Fury v Whyte, Ten Hag, Dyche, difficulty and dogs», «How many pounds in a stone? Try our weights and measures quiz», «Ulysses, Kelpies and Bond's debut – take the Thursday quiz», «How tall is the tallest tree and how cold is Pluto? Try our kids' quiz», «Fake or real headlines quiz».

Их можно соотнести к данному формату по следующим признакам:

- Наличие правильного/неправильного варианта ответа
- Для успешного прохождения теста требуются познания в той или иной области
- В ходе прохождения теста выясняется дополнительная информация

— При выборе неправильного ответа, дается краткая справка

С точки зрения структуры игры, тесты имеют основные структурные компоненты: динамика, механика и компоненты игры. В игре присутствуют три элемента игровой структуры: динамика, механика и компоненты игры.

Динамика. Включает в себя элементы ограничения, нарратива и прогрессии. Ограничения проявляются в том, что перед игроком существует перечень нескольких ответов, из которых ему предстоит выбрать только один или несколько вариантов. Выбор может осуществляться по принципу: 1) наиболее предпочтительный вариант; 2) рандомное нажатие; 3) уверенность в правильном ответе (тест-викторина); 4) приближенность к действительности (личностный тест). Нарратив присутствует как в личностном тесте, так и в тесте-викторине. В первом случае, нарратив проявляется в тематической особенности теста. В тесте-викторине нарратив предполагает увеличение познания в определенной области. Прогрессия проявляется в возможности перейти к следующему вопросу теста.

Тесты включают в себя только один элемент механики – наличие ходов, которые осуществляются посредством выбора определенного ответа.

Компонентов игры задействовано несколько. К ним относятся коллекции и открытие нового контента. Коллекции осуществляются при желании повторного прохождения теста, и, как следствие, происходит открытие новых концовок: результатов или характеристик.

А также включают в себя признаки и элементы игры:

1 Игровой жанр – викторина

2 Награды. Наградой выступают итоговые результаты, информация которая дается в случае неправильных ответов

3 Наличие цели. Ответить на вопросы, получить необходимый результат о степени своего познания в той или иной области

Таким образом, можно заключить, что геймифицированные продукты в медиа является преимущественно интеллектуальными. Игры подаются в формате личностного теста и теста-викторины. Структура игры полная и

включает три основные единицы: динамика, механика и компоненты. Наличие признаков игры и ее элементов, дает нам основание причислить геймифицированные продукты к игровым форматам.

В ходе соотношения игрового контента, удалось выяснить, что большинство материалов представляют собой формат тест-викторина. Так, в игровом контенте издания 85% занимает тест-викторина и 15% остается формату личностного теста. Преимущество остается за развлекательным типом игры [Приложение Д].

### **2.2.6 Геймифицированный контент издания The New York Times**

«The New York Times» – это американская ежедневная газета, издающаяся в Нью-Йорке с 18 сентября 1851 года. Еще в печатной версии газеты редакция публиковала головоломки, а с приходом в цифровую среду публикация геймифицированных продуктов в контенте издания стала ежедневной. Как и британское издание The Guardian, The New York Times так же реализует платную подписку на еженедельные кроссворды, которые выпускаются отдельным мобильным приложением. Подписка на кроссворды стоит \$6,95 в месяц и включает в себя доступ к таким играм, как «The Crossword», «The Mini», «Spelling Bee», «Tiles», «Vertex» и «Letter Boxed». Для исследования были использованы следующие геймифицированные продукты:

- «How Much Do You Know About Chad?» 2 мая 2022 г;
- «Who's Hurt by the Fiscal Impasse? You Decide» 19 нояб. 2015 г;
- «Vocabulary in Context: Shaved Heads» 28 апр. 2022 г;
- «The Voter Suppression Trail» 3 нояб. 2016 г;
- «Spot the Ball» 26 июн. 2018 г;
- «How Much Do You Know About Antigua and Barbuda?» 25 апр. 2022г;
- «Monsters That Live on You» 25 окт. 2018 г;

- «David Bowie in Three Dimensions» 20 мар. 2018 г;
- «Weekly News Quiz for Students: Mask Mandate, Twitter Purchase, Plagiarism Case» 26 апр. 2022 г;
- «How Much Do You Know About Qatar?» 11 апр. 2022 г;
- «Vocabulary in Context: Women Off-Road» 7 апр. 2022 г;
- «Weekly News Quiz for Students: Stock Market Chaos, Primary Races, S.N.L. Finale» 24 мая 2022;
- «Can You Guess the Country? A New Geography Photo Quiz for Students» 23 мая 2022;
- «How Much Do You Know About Latvia?» 7 марта 2022;
- «Weekly News Quiz for Students: Ukraine Invasion, C.D.C. Guidelines, Women's Soccer» 1 Марта 2022;
- «How Much Do You Know About Lebanon?» 28 Февраля 2022;
- «Vocabulary in Context: How to Catch a Polar Bear» 10 февраля 2022;
- «Weekly News Quiz for Students: Tom Brady, Syria Raid, Shipwreck Hunt» 8 февраля 2022г;
- «Vocabulary in Context: Urban Fishermen» 3 февраля 2022 г;
- «Supreme Court, Burkina Faso, Baseball Hall of Fame» 1 февраля 2022;
- «Vocabulary in Context: N.F.L. Playoffs» 27 января 2021г;
- «Vocabulary in Context: Exotic Pets» 13 января 2022г ;
- «Weekly News Quiz for Students: Roe v. Wade, Drought, Kentucky Derby» 10 мая 2022;
- «Vocabulary in Context: Forest Skating» 24 марта 2022г;
- «Weekly News Quiz for Students: Sunshine Protection Act, Aviation Disaster, Invasive Species» 22 Марта 2022 г;

Все перечисленные единицы могут классифицироваться по четырем основным категориям игрового формата: квест, симулятор, кликер и тест, на основе соответствий признаков игры.

К группе «тесты» относятся такие игры как: «How Much Do You Know About Chad?», «Vocabulary in Context: Shaved Heads», «How Much Do You

Know About Antigua and Barbuda?», «Weekly News Quiz for Students: Mask Mandate, Twitter Purchase, Plagiarism Case», «How Much Do You Know About Qatar?», и «Vocabulary in Context: Women Off-Road» «Weekly News Quiz for Students: Stock Market Chaos, Primary Races, S.N.L. Finale», «Can You Guess the Country? A New Geography Photo Quiz for Students», «How Much Do You Know About Latvia?», «Weekly News Quiz for Students: Ukraine Invasion, C.D.C. Guidelines, Women’s Soccer», «How Much Do You Know About Lebanon?», «Vocabulary in Context: How to Catch a Polar Bear», «Weekly News Quiz for Students: Tom Brady, Syria Raid, Shipwreck Hunt», «Supreme Court, Burkina Faso, Baseball Hall of Fame», «Vocabulary in Context: N.F.L. Playoffs», «Vocabulary in Context: Exotic Pets», «Weekly News Quiz for Students: Roe v. Wade, Drought, Kentucky Derby», «Vocabulary in Context: Forest Skating», «Weekly News Quiz for Students: Sunshine Protection Act, Aviation Disaster, Invasive Species». Исходя из его специфических особенностей, можно соотнести его к подгруппе тест - викторина. Об этом свидетельствуют следующие характеристики:

- Наличие правильного/неправильного варианта ответа
- Для успешного прохождения теста требуются познания в той или иной области
- В ходе прохождения теста выясняется дополнительная информация
- При выборе неправильного ответа, дается краткая информационная справка

Основание полагать, что это тест-викторина заключается в сопоставлении игровых элементов. Так, к игровым элементам относятся:

- 1 Наличие игрового жанра – викторина.
- 2 Награда – дополнительная информация в случае неправильного выбора;
- 3 Наличие титула – оценивание результата и присвоение какого-либо уровня.



Игра относится к интеллектуальному типу, так как сопровождается информационным материалом и предполагает ознакомление аудитории с общеразвивающей информацией. В издании так же существует разделение формата теста-викторины на пять основных подгрупп: «Word + Quiz: tangible», «Weekly Health Quiz», «Weekly News Quiz for Students», «Country of the week», «News Quiz».

Структура игры. В игре присутствуют три элемента игровой структуры: динамика, механика и компоненты игры.

Динамика. Включает в себя элементы ограничения, нарратива и прогрессии. Ограничения проявляются в том, что перед игроком существует перечень нескольких ответов, из которых ему предстоит выбрать только один или несколько вариантов. Выбор может осуществляться по принципу: 1) наиболее предпочтительный вариант; 2) случайное нажатие; 3) уверенность в правильном ответе (тест-викторина); 4) приближенность к действительности (личный тест). Нарратив присутствует как в личном тесте, так и в тесте-викторине. В первом случае, нарратив проявляется в тематической особенности теста. В тесте-викторине нарратив предполагает увеличение познания в определенной области. Прогрессия проявляется в возможности перейти к следующему вопросу теста.

Тесты включают в себя только один элемент механики – наличие ходов, которые осуществляются посредством выбора определенного ответа.

Компонентов игры задействовано несколько. К ним относятся коллекции и открытие нового контента. Коллекции осуществляются при желании повторного прохождения теста, и, как следствие, происходит открытие новых концовок: результатов или характеристик.

К группе «квест» мы относим такую игру, как: «The Voter Suppression Trail». Ее можно отнести к данной группе по следующим характеристикам:

- Наличие определенной задачи;
- Наличие персонажа, за которого нужно играть;
- Каждый вариант ответа влияет на исход игры;

— Представляет собой структуру: цель – ход – последствия.

Игра была опубликована на сайте издания 3 ноября 2016 года, за два дня до выборов президента США и носила политическую направленность. Цель создания игры – привлечь внимание читателей к предстоящему голосованию. Задача, которая ставится перед игроком, заключается в перемещении игрового персонажа до избирательного участка. Проект предлагает участнику выбрать одного из трех персонажей: «белого программиста из Калифорнии», «латинскую медсестру из Техаса» или «чернокожего продавца из Висконсина». Сделав выбор, игроку предлагается ввести имя и начать игру. Выбор игровых персонажей открывает разные варианты развития событий и предполагает разную концовку. Игровая панель включает в себя индикатор погоды и настроения персонажа, которая изменяется исходя из выбора пользователя в процессе игры.

Структура игры включает в себя три основных игровых компонента: динамику, механику и компоненты игры.

Динамика включает в себя нарратив, прогрессию, ограничения в правилах, эмоции. Нарратив. Во-первых, он присутствует в описании игры и обозначении игрового процесса. Во-вторых, рассказ повествуется по ходу игры. Так, например, когда мы играем за «латинскую медсестру из Техаса», нам сообщают о том, что «избирательный участок переехал». Прогрессия так же присутствует в квесте. На протяжении всех игр мы продвигаемся по определенному уровню, совершая определенный выбор в пользу одного варианта. Градация уровней зависит от выбора персонажа. Прогрессия наблюдается и в виде концовок: в случае если совершаемые нами действия оказывались неправильными, мы можем или дойти до конца и проголосовать, или потерять наш голос и мы получим надгробие с надписью «Здесь покоится голос (имя игрока)». Переход от одного уровня к другому так же осуществляется. Эмоции персонажа так же сменяются на индикаторе состояния, и зависит от сделанного игроком выбора.

Ограничения выстраиваются следующим образом:

а) Игры имеют определенный свод правил для успешного прохождения;

б) Игровой мир ограничен, предполагает пошаговое преодоление игрового процесса;

в) Действия игрока так же ограничены, и имеют либо систему выбора варианта, либо ограниченный механизм управления игровым персонажем.

Механика. Механика строится на везении, добыче ресурсов. К ней так же относятся ходы, состояние выигрыша и поощрение в виде бонусов в игре. Везение предполагает принцип интуитивного выбора. Игрок не может знать никакой дополнительной информации об игре, и, при принятии какого-либо решения отталкивается на внутренние ощущения, которые и приводят к каким-либо событиям. Так, игровой процесс выстраивается по принципу «повезет» или «не повезет», что и сказывается на состоянии выигрыша у пользователя. При неудаче игроку захочется продвинуться в игре, занять более выигрышное положение, улучшить результат и это также сказывается на вовлечении. Добыча ресурсов и ходы – два неразделяемых аспекта. Ресурсами выступают бонусные баллы, которые начисляются на счет игрока после каждого сделанного хода, а так же сменяющиеся индикаторы на игровой панели.

Из компонентов игры, в квесте присутствует достижения, коллекции, открытие нового, уровни и очки. Достижения игры так же обусловлены переходом от одного уровня к другому, где мы можем заработать определенную концовку. Коллекции так же собираются посредством многоуровневых концовок. Так, например, мы можем поиграть за всех персонажей и посмотреть два исхода событий: положительный и отрицательный. Открытие нового так же определяется посредством накопительства необходимых решений, посредством рассмотрения новой сюжетной информации.

Третья группа – это игра-симулятор. К ним мы относим такие игры как: «Monsters That Live on You», «David Bowie in Three Dimensions». Об этом свидетельствуют следующие признаки:

- пользователь сам становится героем игры;
- многоуровневая система и градация от «легкого» к «сложному»
- наличие постепенно сменяющегося управления

«Monsters That Live on You» предлагает нам отвлечься и окунуться в фильм ужасов, где землю населяют огромные насекомые. Перед нами многоуровневый симулятор, который сопровождается полноценным текстовым сюжетом. Для того, чтобы начать игру, так же понадобится наличие мобильного телефона, который и открывает дополнительную анимацию для прохождения. Сюжет игры развивается по хронологическому повествованию событий, где пользователю предлагается совершать определенные действия по борьбе с насекомыми, которые позволяют продвигаться дальше. Градация уровней зависит от степени сложности в борьбе с определенным видом. Так, например, в игре можно встретиться с огромной мухой, пауком и даже тараканом.

«David Bowie in Three Dimensions» отличается от других симуляторов тем, что не предполагает никакой особой игровой модели. В игре так же отсутствуют какие-либо серьезные правила, а так же имеется простой в использовании интерфейс. Пользователю предлагается окунуться в мир моды, и рассмотреть новые дизайнерские решения прямо у себя дома.

Структура игр так же многоуровневая, включающая динамику, механику и игровые компоненты. Динамика у симуляторов включает в себя прогрессию, отграничение правилами, эмоции и нарратив. Прогрессия встречается во всех вышеупомянутых игр. Она включает в себя изменения игрового процесса при добавлении новых игровых единиц, функций и т.д. Любое пополнение сопровождающих элементов обусловлено ростом игрового уровня, либо статуса. Нарратив был обнаружен в таких играх как «Monsters That Live on You» , так как игра завязывается на наличии

определенного сюжета, а после с прохождением нового уровня, получает свое развитие. Ограничение присутствует во всех играх, и представляет собой: ограничение правил, ограничение игрового процесса, отсутствие выбора вообще.

Механика предполагает добычу ресурсов, ходы, состояние выигрыша и поощрение. Добыча ресурсов включает в себя получение новых игровых возможностей, в ходе увеличения уровня в игре. Состояние выигрыша обусловлено желанием выполнить все поставленные перед игроком задачи. Однако механика наблюдается только в игре «Monsters That Live on You».

Включены такие компоненты как открытие нового. Компоненты здесь оказались расширенными, чем в прошлых видах игр. Во-первых, это достижения. Как и говорилось выше, появилась возможность не только перейти на более сложный уровень, но и улучшить статус персонажа. Так, в игре «Monsters That Live on You» осуществляется построение игры от простого к сложному, что дает нам основание выполнять задания быстрее или медленнее.

Следующая группа игр «The New York Times» - это игра-кликер. В отличие от всех остальных, она может выступать смешанным элементом с другими группами игр. Так, например, игра «Who's Hurt by the Fiscal Impasse? You Decide» является и кликером, и симулятором. Кликер отличают от других игр следующие характеристики:

- упрощенный интерфейс
- управление осуществляется посредством клика
- ограниченная анимация
- конвергенция с другими видами игры
- временное ограничение

«Who's Hurt by the Fiscal Impasse? You Decide» это экономическая игра, где обычному пользователю предлагается вникнуть в управление и планирование федерального бюджета США. Интерфейс игры достаточно прост, и, предполагает простую систему управления в виде клика. Он так же

включает в себя индикатор общественных настроений, который меняется в зависимости от выбора игрока. Игра заканчивается, когда три индикатора становятся красными. В случае неудачи перед пользователем открывается табличка с надписью «Вы обанкротили государство», а так же указывается причина, например, инфляция. Цель игры – максимально эффективно использовать финансовые ресурсы, собранные с налогоплательщиков. Идея игры заключалась в том, чтобы приобщить обычного среднестатистического жителя Америки к пониманию принципов распределения государственного бюджета. Таким образом, игра способствует увеличению экономической грамотности населения. Структура кликера трехуровневая и включает динамику, механику и компоненты игры.

Динамика проявляется в двух аспектах: ограничения и прогрессия. Так, в играх присутствуют три вида ограничений:

- а) наличие правил игры;
- в) наличие определенных вариантов ответа;
- г) игровой мир и игровое управление ограничивается одной локацией и нажатием мыши.

Прогрессия заключается в том, что у игры есть некоторое изменение: появление новых компонентов игры (ресурсов, общественных сфер и т.д), и увеличения необходимых ресурсов.

Механика включает добычу ресурсов и состояние выигрыша. Добыча ресурсов так же осуществляется при помощи клика, и увеличивается с каждым новым нажатием кнопки на определенный объект. У кликеров нет каких-то предметов или объектов, однако есть определенные начисления (бонусы) за которые в игре можно покупать различные улучшения, и, тем самым развиваться.

Таким образом, можно подвести итоги, что в играх «The New York Times» преобладает тип интеллектуальных игр. Они включают трехступенчатую структуру, предполагающую наличие динамики, механики и компонентов. Издание активно использует все существующие игровые

форматы, где 58% занимают тесты, 8% кликеры, 25% симуляторы и 8% относятся к квестам [Приложение Е].

## **Выводы по главе 2**

Проанализировав игровой контент нескольких общественно-политических СМИ можно заключить, что все перечисленные медиа применяют игровые механизмы для вовлечения, привлечения, репрезентации и адаптации контента. Частота использования игрового контента зависит от следующих признаков: 1) наличие информационного повода; 2) периодичность выпуска; 3) использование сложной игровой структуры, которая напрямую зависит от игрового формата, к которому принадлежит игра.

Так, например, в игровом контенте изданий «Лента.ru», «Такие Дела» и «The New York Times» встречаются игры, которые приурочены к событию («Год после Майдана» Лента.ru, «David Bowie in Three Dimensions» The New York Times), а также игры, которые сами становятся инфоповодом («Наешь на зимовку» Такие Дела, «The Voter Suppression Trail» The New York Times). Периодичность выхода игр напрямую зависит от сложности игровой структуры. Например «Медиазона» публикует игровые материалы три раза в год, в то время как издание «Buzzfeed» публикует игровые материалы ежедневно. Достигается подобная периодичность за счет упрощенной игровой структуры. «Buzzfeed» использует игровой формат викторины и личностного теста, в то время как «Медиазона» отдает предпочтение квестам и симуляторам.

В игровом контенте общественно-политических изданий используются четыре формата игры: тест (викторина и личностный тест), квест, симулятор и кликер. В изданиях «Лента.ru» и «Медиазона» преимущественно используется игровой формат квест, основанные на трех ключевых структурных элементах: Динамика, Механика и Прогрессия. Игровой

контент издания «Такие Дела» преимущественно основан на формате теста, при этом тесты также имеют трёхступенчатую структуру. На третьем месте по частоте использования находится кликер. Симулятор в отечественных изданиях встречается реже, чем остальные игровые форматы, но также оказался применим в репрезентации контента. В издании «Такие Дела» симулятор оказался не применим.

В зарубежных общественно-политических СМИ преимущество остается за тестами. При этом публикация игровых материалов осуществляется регулярно. Так, например, издание «The New York Times» публикует тесты еженедельно по вторникам, четвергам и субботам, при этом тесты имеют свою особую рубрикацию. Тесты «The Guardian» также имеют свою рубрикацию и выпускаются еженедельно. Все три общественно-политические издания отдают предпочтение игровому формату «тест-викторина», в то время «личный тест» встречается реже. На третьем месте по частоте использования остаются кликеры и симуляторы, а вот квесты практически не используются. Игры имеют упрощенную трёхступенчатую структуру.

Таким образом, игровые форматы отечественных СМИ имеют более сложную игровую структуру, но при этом лишены регулярной периодичности. В то время зарубежные СМИ прибегают к созданию упрощенной игровой структуры, отдавая предпочтение доступным для производства форматам. Для репрезентации контента российские СМИ отдают предпочтение квестам, тестам, симуляторам и кликерам. Зарубежные СМИ чаще всего используют игровой формат теста, симулятора и кликера, а вот квест оказался наименее применимым форматом.



## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ:**

Игра является основообразующим явлением для формирования человеческой культуры. Она образует цепь, связывающую внутреннее, субъективное человеческое понимание мира и действительности. Игры помогают человеку успешно социализироваться, самоутвердиться и удовлетворить социальные и эмоциональные потребности. Игровые процессы неограниченны, и, могут быть применимы во всех сферах деятельности человека, в частности в СМИ.

Использование игровых механизмов в СМИ началось задолго до появления интернета, однако с переходом в цифровое пространство, возможностей для реализации игрового контента как эффективного метода вовлечения стало значительно больше.

Целью данной работы является выявление существующих игровых форматов в общественно-политических СМИ. Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- выявить специфику «игры» как феномен культуры;
- обозначить структуру игры и ее ключевые элементы;
- дать определение термину «геймификация»;
- описать структуру геймификации;
- проанализировать элементы геймификации и ее функции;
- определить классификацию игровых форматов в интернет-СМИ;
- выделить основные виды игровых форматов в общественно-политических СМИ;
- описать практики использования игровых форматов в отечественных и зарубежных общественно-политических СМИ.

Таким образом, под термином «игра» понимается исторически сложившаяся система, способная эффективно воздействовать на аудиторию. Будучи механизмом привлечения, игра имеет собственную структуру,

которая и обеспечивает эффективный метод вовлечения участников в игровой процесс.

У каждой игры существует своя структура, включающая три компонента: динамика, механика и игровые компоненты. Игровая структура имеет принцип пирамиды, где каждые элементы связаны между собой. Помимо связи, игровые элементы способны оказывать влияние друг на друга, тем самым меняя концепцию игры. Такая особенность позволяет не только деформировать существующие модели игры, но и обеспечивать адаптацию в новых условиях.

В рамках исследования мы разграничили термин «игра» и «геймификация», где под геймификацией понимается процесс использования игровых элементов в неигровых контекстах. Благодаря интернету СМИ начали создавать не только игровые элементы в своих материалах, но и расширили механику воздействия в целом.

Будучи целой системой, геймификация также имеет ряд отличительных элементов, которые и отличают геймификацию от других цифровых механизмов. Спектр геймификации широк и с точки зрения функционального аспекта: 1) выполняет функцию подачи новостей; 2) является доступным механизмом продвижения; 3) предоставляет возможности для обратной связи; 4) эффективно вовлекает аудиторию.

Использование геймификации в интернет-СМИ привело к появлению новых жанров в медиаиндустрии. Игровые форматы стали использоваться повсеместно. В рамках исследования использовалось определение Степаняна, где формат является синонимом жанра. Так, в общественно-политических СМИ преимущественно применяются такие игровые жанры как: тест (тест-викторина и личностный), квест, кликер и симулятор. У каждого формата есть свои специфические характеристики, что и дает нам основание определить, к какому формату принадлежит игра.

В практической части был проанализирован новостной контент общественно-политических СМИ: Медиазона, Такие дела, Лента.ru, Buzzfeed, The Guardian и The New York Times.

Их объединение было обусловлено следующими характерными для них особенностями:

- 1 Все перечисленные издания интерактивны;
- 2 Производят игровой контент наравне с новостными публикациями;
- 3 Работают с одним, или несколькими игровыми форматами;

Практическая часть была посвящена исследованию существующих игровых форматов. Контент отобранных изданий анализировался с точки зрения заданных в теоретической главе характеристикам, которые в свою очередь составлялись исходя из наличия игровой структуры, признаков, типологий и элементов игры. В ходе исследования удалось сформулировать следующие выводы:

В игровом контенте «Медиазоны» преобладает тип развлекательных игр. Все игры включают трехступенчатую структуру, предполагающую наличие динамики, механики и компонентов, за исключением игры «кликер», который ограничивается наличием двух компонентов игры. Издание активно использует все существующие игровые форматы, где 42% занимают квесты, 28% кликеры, 21% симуляторы и всего 9% относятся к тестам.

«Такие дела» специализируются в большей мере на производстве тестов. Игры встречаются преимущественно интеллектуальные, а наиболее востребованным оказался игровой формат «тест-викторина». Игра тест не имеет структуру игры, но включает ее признаки и элементы. В процентном соотношении 66% игрового контента занимают тесты, 17% занимают квесты и 17% занимают кликеры. Игровой формат «симулятор» в контенте издания «Такие Дела» не применяется.

«Лента.ru» чаще всего использует игровой формат - квест, а вот форматы симулятор и кликер не используются для репрезентации контента. В процентном соотношении 58% - квесты, а 42% занимают тесты.

В ходе соотношения игрового контента издания «The Guardian», удалось выяснить, что большинство материалов представляют собой формат тест-викторина. Так, в игровом контенте издания 85% занимает тест-викторина и 15% остается формату личностного теста. Преимущество остается за развлекательным типом игры.

В играх «The New York Times» преобладает тип интеллектуальных игр. Они включают трехступенчатую структуру, предполагающую наличие динамики, механики и компонентов. Издание активно использует все существующие игровые форматы, где 58% занимают тесты, 8% кликеры, 25% симуляторы и 8% относятся к квестам.

В ходе соотношения игрового контента BuzzFeed, удалось выяснить, что большинство материалов представляют собой формат личностный тест. Так, в игровом контенте издания 75% занимают личностные тесты и 25% остается формату тест-викторина. Преимущество остается за развлекательным типом игры.

Исходя из полученных данных, можно заключить, что игровой контент проанализированных общественно-политических изданий производит игры относящиеся к игровым форматам квеста, кликера, симулятора и теста.

Отечественные игровые продукты лишены периодичности, однако имеют более сложную структуру. Российские СМИ производят преимущественно информационные игры. Игра может быть приурочена к определенному событию, а может быть самостоятельным материалом. В рамках игры применяются игровые роли, устанавливаются правила игры. Все игры соотносятся к жанровым характеристикам определенного формата и успешно применимы в качестве репрезентации контента. Наиболее применимыми оказались форматы теста и квеста, на втором месте по частоте использования оказался кликер, а вот симулятор оказался не применим.

Игровые продукты в зарубежных медиа являются преимущественно интеллектуальными. Большинство игр подаются в формате личностного теста и теста-викторины. Квест оказался недостаточно репрезентативен и

встречается крайне редко. Структура игры полная, включает три основные единицы: динамика, механика и компоненты. Наличие признаков игры и ее элементов, дает нам основание причислить геймифицированные продукты к игровым форматам. Игровые материалы имеют потоковую периодичность и выпускаются наравне с новостными публикациями.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

- 1 Апинян, Т. А. Игра в пространстве серьезного : Игра, миф, ритуал, сон, искусство и другие / Т. А. Апинян. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2003. – 400 с.
- 2 Берн, Э. Л. Люди которые играют в игры : психология человеческой судьбы / Э. Л. Берн. – Санкт-Петербург: Лениздат, 1992. – 42 с.
- 3 Беш, М. Новостные игры [Электронный ресурс] / М. Беш // DW Akademie. – 2013. – Режим доступа: <http://madiamedia.me/2013/07/newsgames/>
- 4 Бронникова, М. Д. Игрофикация в бизнесе и в жизни : преврати рутину в игру ! / М. Д. Бронникова, И. В. Нефедьев ; АСТ ; – Москва : 2019. – 34 с.
- 5 Быховский, Я. С. Образовательные веб-квесты [Электронный ресурс] / Я. С. Быховский // ИТО 99 : материалы международной конференции. – 1999. – Режим доступа: <http://ito.bitpro.ru/1999>
- 6 Вербах, К. Вовлекай и властвуй / К. Вербах, Д. Хантер ; под. общ. ред. Манн, Иванов и Фебер ; – Москва : 2014. – 89 с.
- 7 Ерофеева, И. В. Аксиосфера современных СМИ : специфика и компоненты конструирования / И. В. Ерофеева. – Волгоград: Вестник ВолГУ, 2009. – №4. – 132 с.
- 8 Иванько, А. Ф. Геймификация СМИ : новостные игры / А. Ф. Иванько, Л. В. Козлова; Вестник МГУ ; – Москва : 2016. – №1. – 53 с.
- 9 Карпенко, И. И. Геймификация в современной российской интернет-журналистике / И. И. Карпенко, Е. Ю. Лобановская ; Научные ведомости БГУ ; – Белгород : 2019. – 263 с.
- 10 Клайн, П. Справочное руководство по конструированию тестов [Электронный ресурс] / П. Клайн // INfOLIO. – 1999. – Режим доступа: <http://elcat.pnpu.edu.ua/>.
- 11 Коэй, Р. Современное состояние теории детской игры / Р. Коэй. – Перспектива: под. общ. ред. Генриетты Постумус Мейес, 1987. – №1. – 41 с.

12 Лебланов, М. Формальный подход к гейм-дизайну и изучению игр [Электронный ресурс] / М. Лебланов // МДЭ. – 2004. – Режим доступа: <http://aushestov.ru/>.

13 Лазутина, Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики [Электронный ресурс] / Г. В. Лазутина // Вестник МГУ. – 2010. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-i-format-v-terminologii-sovremennoy-zhurnalistiki>.

14 Мазелис, А. Л. Геймификация в электронном обучении. Территория новых возможностей / А. Л. Мазелис. – Владивосток: Вестник ФГБОУ ВО ВГУЭС, 2013. – 139 с.

15 Макгонигал, Дж. Реальность под вопросом. Почему игры делают нас лучше и как они могут изменить мир / Дж. Макгонигал. – Москва: под. общ. ред. Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 54 с.

16 Олешко, В. Ф. Журналистика как творчество [Электронный ресурс] / В. Ф. Олешко // Уральский государственный университет им. А. М. Горького. – 2002. – Режим доступа: [https://-journurgi.-urfu.ru/-fileadmin/user\\_upload/-site\\_16477/-Oleshko\\_V\\_f\\_2002.pdf](https://-journurgi.-urfu.ru/-fileadmin/user_upload/-site_16477/-Oleshko_V_f_2002.pdf).

17 Рибо, Т. Психология внимания / Т. Рибо. – Москва: URSS, 2011. – №1. – 95 с.

18 Савицкий, В. А. Новый формат игры или новый жанр публицистики? [Электронный ресурс] / В. А. Савицкий // Вестник МГУ. – 2014. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novyuy-format-igry-ili-novyuy-zhanr-publitsistiki>.

19 Степанян, С. К. Формат печатного СМИ в современной российской медиаиндустрии / С. К. Степанян. – Москва: Вестник МГУ, 2013. – 110 с.

20 Тертычный, А. А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ / А. А. Тертычный. – Москва: Научные ведомости, 2017. – №6. – 172 с.

21 Титова, В. Н. Геймификация как способ организации обучения / В. Н. Титова, О. В. Орлова ; Вестник МУ ; – Москва : 2015. – №6. – 452 с.

22 Устюжанина, Д. А. Геймификация в интернет-СМИ : функциональный аспект [Электронный ресурс] / Д. А. Устюжанина // Академия. – 2015. – Режим доступа: [http://www.academia.edu/13232280/Геймификация\\_в\\_интернет-СМИ\\_функциональный\\_аспект](http://www.academia.edu/13232280/Геймификация_в_интернет-СМИ_функциональный_аспект).

23 Хейзинга, Й. Homo Ludens : Статьи по истории культуры / Й. Хейзинга. – Москва: Прогресс-традиция, 1997. – 416 с.

24 Banks, C. Discrete Event System Simulation [Электронный ресурс] / C. Banks // Pearson. – 2009. – Режим доступа: [http://ce.sharif.edu/courses/95-96/2/ce6341/resources/root/Books/Discrete%20Event%20System%20Simulation%20\(Fifth%20Edition\)%20.pdf](http://ce.sharif.edu/courses/95-96/2/ce6341/resources/root/Books/Discrete%20Event%20System%20Simulation%20(Fifth%20Edition)%20.pdf).

25 Bogost, I. Persuasive Games : The Expressive Power of Videogames [Электронный ресурс] / I. Bogost // Pearson. – 2012. – Режим доступа: [http://simonecampos.net/Academia/Bogost\\_PersuasiveGames.pdf](http://simonecampos.net/Academia/Bogost_PersuasiveGames.pdf)

26 Bogost, I. Newsgames: journalism at play [Электронный ресурс] / I. Bogost // S. Ferrari, B. Schweizer. – 2012. – Режим доступа: [http://www.usc.es/posgrao/posteoria/profesorado/lopez/2012/journalism\\_at\\_play.pdf](http://www.usc.es/posgrao/posteoria/profesorado/lopez/2012/journalism_at_play.pdf).

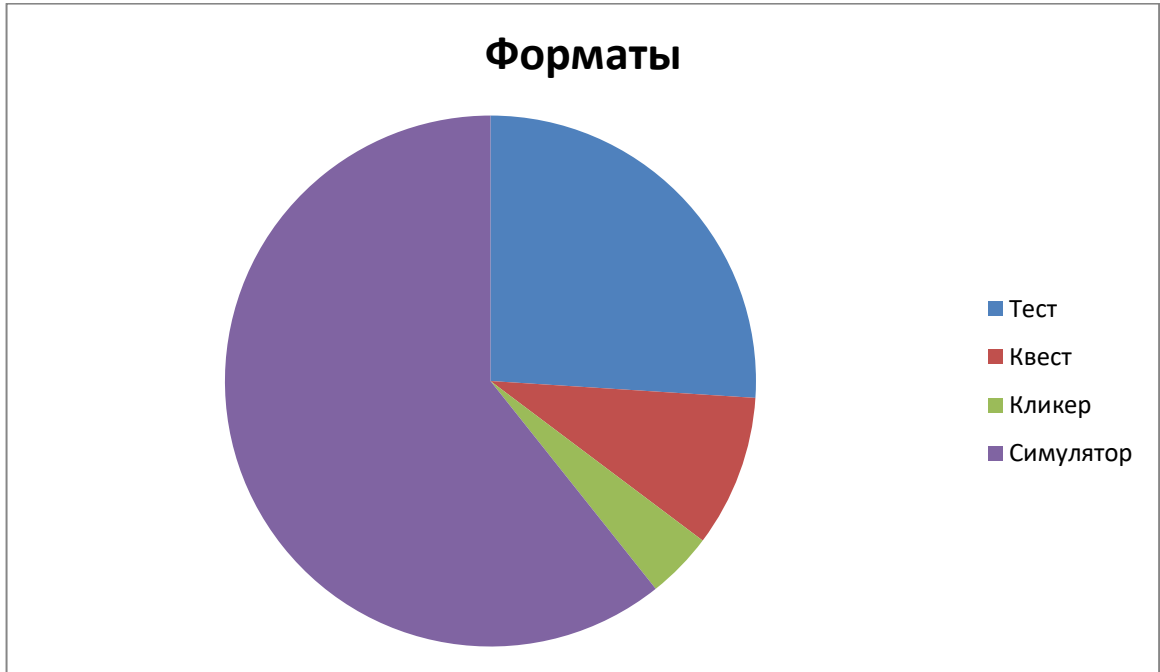
27 Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс] / Web Canare // Справочно-информационный интернет-портал Web Canare. – 2021. – Режим доступа: <https://clck.ru/TgKFH>

28 The Art and Science of Hiring for Media Startups [Электронный ресурс] / Nieman Lab // Nieman Foundation at Harvard. – 2013. – Режим доступа: <https://clck.ru/Uzth5>



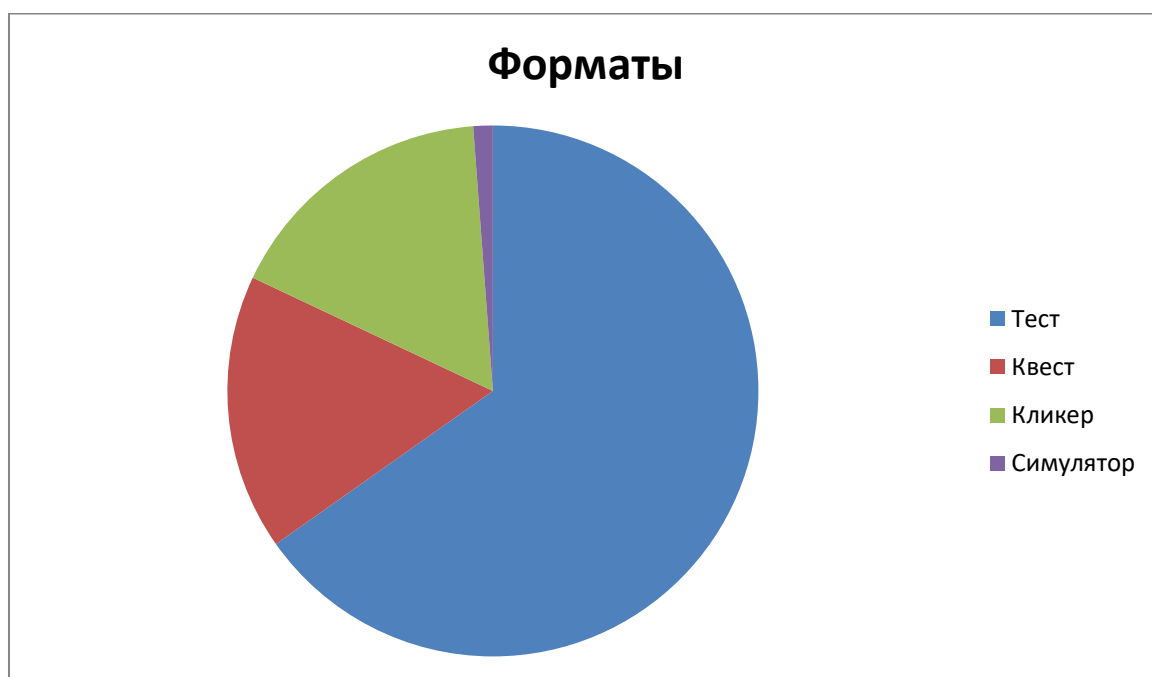
## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Геймифицированный контент издания Медиазона



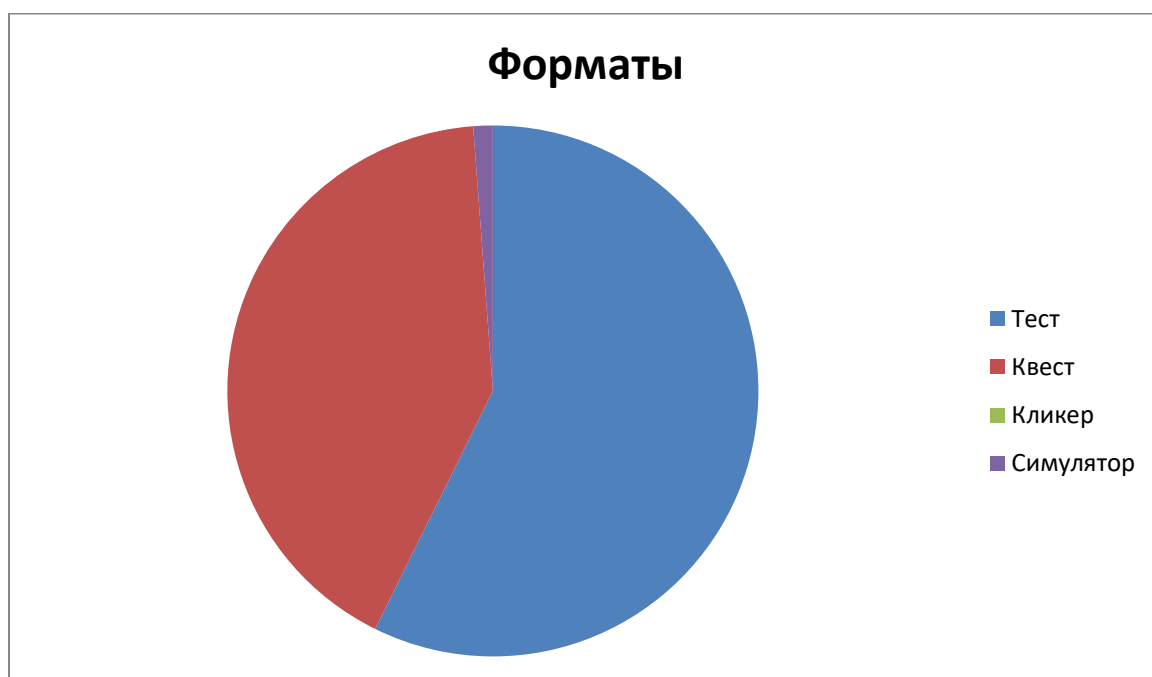
## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Геймифицированный контент издания Такие Дела



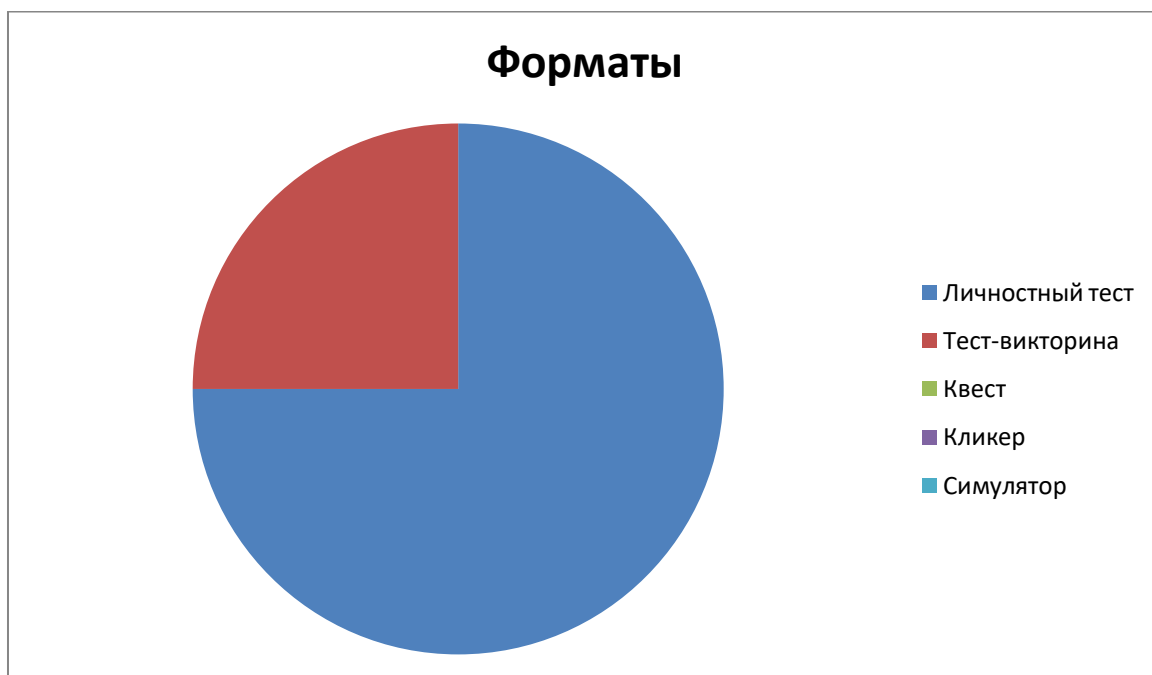
## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Геймифицированный контент издания Лента.ru



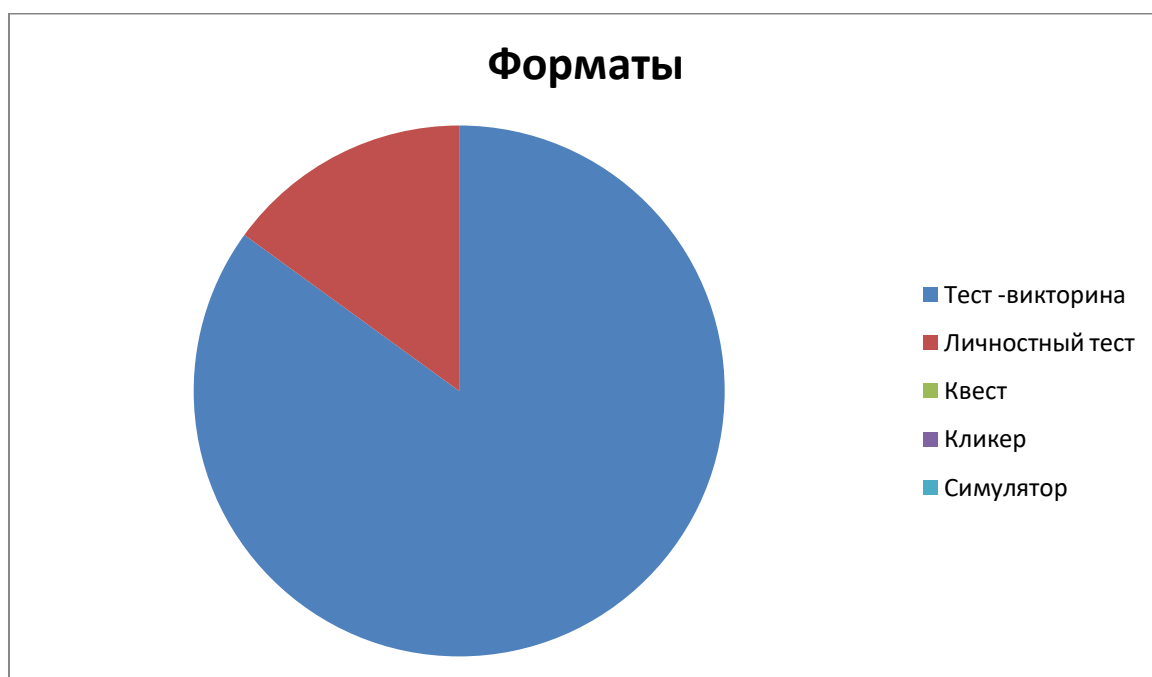
## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Геймифицированный контент издания BuzzFeed



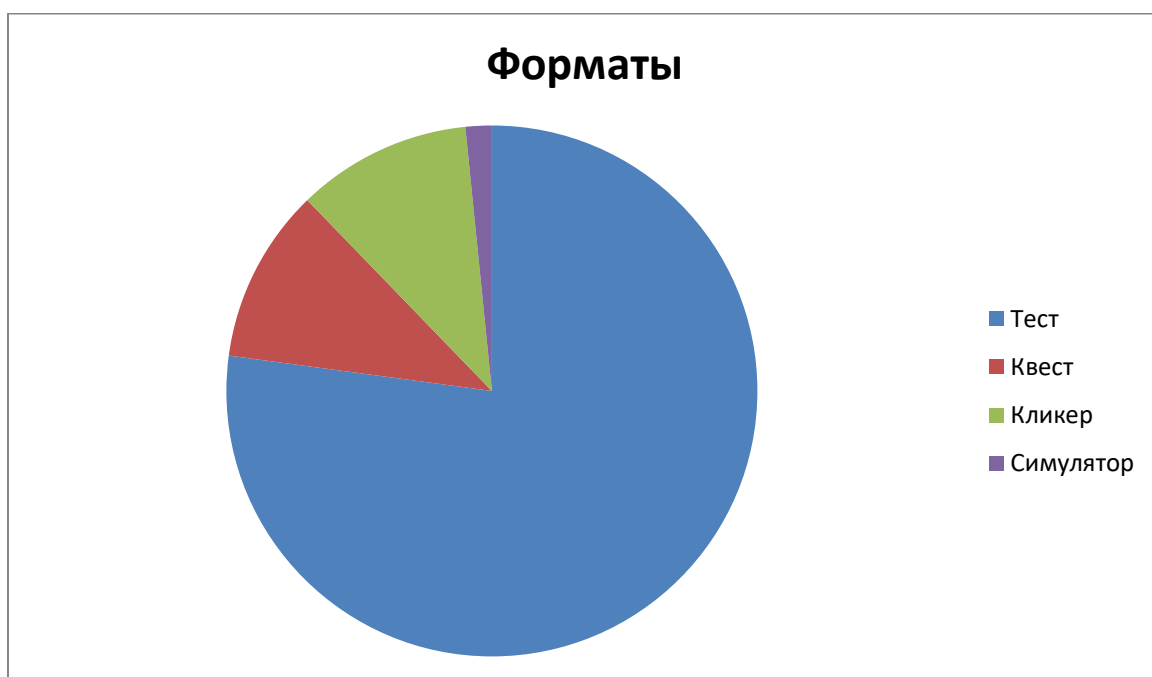
## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### Геймифицированный контент издания The Guardian



## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

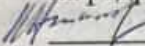
### Геймифицированный контент издания The New York Times



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  
« 28 » июня 2022 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

42.03.02 Журналистика

**ИГРОВЫЕ ФОРМАТЫ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ СМИ:  
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

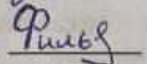
Руководитель

 23.11.22

ст. преподаватель

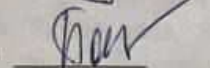
Д. А Устюжанина

Выпускник



В. В Фильберт

Нормоконтролер



ст. преподаватель

О. В Богуславская

Красноярск 2022