Ирина Геннадьевна Катенева

*Новосибирский государственный педагогический университет*

irina-kateneva@yandex.ru

**Роль игропрактики в презентации и решении социальных проблем (на примере проектов специализированных массмедиа)**

Рассматриваются роль игровых форм и механик в презентации социальных проблем, а также уровень погружения в них читателей. Анализируется опыт представления разных тем социальной журналистики в игровом контенте медиапроектов «Мел.фм», «Лайфхакер», «Такие дела», «Ночлежка».

*Ключевые слова:* геймификация, игры, медиаконтент, социальные проблемы, специализированные СМИ.

Анализ развития российской социальной журналистики на современном этапе позволяет сделать вывод, что произошло не только расширение круга освещаемых тем, но и усложнение методологии и презентации социальных проблем: «Возможности мультимедийности и ресурсы медиаплощадок выдвинули гуманитарную тематику в лидеры медиапотребления» [3: 133].

Освоив палитру мультимедийных форматов (лонгриды, интерактивные истории, сериалы и др.), редакции начали внедрять в свой контент принципы игропрактики, в том числе геймификацию [2] и игрофикацию [1]. Геймификация выполняет ряд важных функций (аттрактивную, воздействующую, навигационную, то есть увеличивает уровень погружения в объемный материал, выступает в роли инструмента формирования лояльности к медиапроекту) и с точки зрения выбираемых механик является менее трудозатратной. Как правило, в качестве формата геймификации выбираются тесты. В качестве примера можно привести проект «Спаси человека за две минуты» (https://ria.ru/20160929/1478063450.html), созданный командой РИА «Новости» в 2016 г. С точки зрения содержания это классический тест на знание правил оказания первой медицинской помощи. С точки зрения оформления – это своеобразная игра, по сюжету которой нужно спасать одного из героев ожившей картины «Бурлаки на Волге».

Развитие технических возможностей современных редакций, а также трансформация принципов медиапотребления современной целевой аудитории, требующей большей включенности и иммерсии, привели к востребованности механик игрофикации. Редакции не просто используют игровые элементы для привлечения, переключения, удержания внимания читателей, а разрабатывают собственные игры. Особую нишу занимают игровые проекты, посвященные социальной проблематике. Они требуют глубокого погружения в тему, многочисленных консультаций с экспертами и тщательной проработки сценария игры. Позволить себе потратить столько времени и других ресурсов на создание одного игрового проекта при этом не развлекательного, а социально-просветительского характера могут, как правило, редакции специализированных массмедиа.

Как показали результаты игропрактики, реализуемой сотрудниками изданий «Мел.фм», «Лайфхакер», «Такие дела», «Ночлежка», игры являются совместными проектами, созданными в тандеме с некоммерческими организациями, платформами социальных медиа и даже банками. Каждое специализированное СМИ выбирает социальную тематику / проблематику, близкую своей информационной политике. При этом все проекты объединяет эффект сторителлинга и персонификации, когда можно выбрать аватара (или стать им автоматически) и пройти «путь героя», создать / раскрыть сюжет.

Безопасно погрузить целевую аудиторию в мир «табуированных» тем (бездомность, зависимости и др.) или раскрыть глубину психологических проблем, связанных с коммуникацией в социальной группе (буллинг, троллинг и т. п.), помогают чат-бот-игры. Так проект «Индекс уязвимости» (https://index.homeless.ru/), созданный командой электронного издания «Ночлежка» совместно с российскими экспертами, изучающими вопросы бездомности, позволяет каждому участнику оценить свой риск получить статус «житель улицы». В процессе прохождения игры читатель узнает об основных причинах бездомности, среди которых много экономических и психологических факторов. Таким образом деконструируются стереотипы, и тема теряет статус стигматизированной. Редакция просветительского издания «Мел.фм» совместно с командой «Сферума» и «VK Мессенджера» создали игру «Попробуйте не вылететь из школьного чата» https://chatik.mel.fm/ – о сложностях коммуникации «новичков» (детей и родителей) в уже сформировавшемся коллективе. Игроку предоставляется выбор аватара.

Таким образом, наблюдается расширение палитры социальных тем и проблем, презентуемых при помощи игропрактики (защита социально уязвимых категорий населения – бездомные, мигранты; решение психологических проблем – буллинг, эмоциональное выгорание), а также усложнения игровых механик, что позволяет редакциям создавать «вечнозеленый» контент.

*Литература*

1. Григорьева Л. Ю. Массмедиа: философская рефлексия происходящего в российском научном дискурсе. Методологические аспекты практик игрофикации массмедиа и социальности // Бюллетень науки и практики. 2016. № 9. С. 160–167.

2. Иванько А. Ф., Козлова Л. Д. Геймификация СМИ: новостные игры // Вестн. Моск. гос. ун-та печати им. Ивана Федорова. 2016. № 1. С. 53–55.

3. Фролова Т. И. Социальная журналистика: двадцать лет спустя // Вестн. Моск. университета. Серия 10: Журналистика. 2023. № 6. С. 118–146.