ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Волкова Ирина Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций, филологический факультет Российского университета дружбы народов; e-mail: irma-irma@list.ru

ЭКРАННЫЕ ИГРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИНДИКАТОР ВОСПРИЯТИЯ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ: СТАТУСНО-ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье обозначены основные направления в изучении экранных игровых коммуникаций как системоорганизующих элементов медиасреды. Декларируя сопряженность игры, экрана, коммуникаций и мультимедиа, автор проверяет гипотезу о статусно-поколенческом разрыве в восприятии феномена игры студентами и вузовскими преподавателями, транслирующими собственные мировоззренческие приоритеты в процессе подготовки специалистов для сферы медиакоммуникаций (журналистика, реклама, связи с общественностью и пр.). Обнаружение данного разрыва позволяет понять и оценить с позиций игровой парадигмы проблемы экранной медиареальности, которая формируется индивидуально (проекция «студент») и институционально (проекция «преподаватель»). В качестве индикатора потенциальных конфликтов в учебном пространстве, а также как актуальное средство их оптимизации в статье рассматривается игровая технология Boss Fight (борьба с боссом), использованная в учебном курсе «Тележурналистика» (2017–2018 уч. г., РУДН).

Ключевые слова: *игра, экранные коммуникации, статус, поколение, манипуляции.*

Irina I. Volkova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Mass Communications, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia; e-mail: irma-irma@list.ru

SCREEN-BASED GAME COMMUNICATIONS AS AN INDICATOR OF THE PERCEPTION OF MEDIA REALITY: THE SOCIAL STATUS & GENERATION ASPECT

The article outlines the main directions in the study of on-screen game communications as system-organizing elements of the media environment. The author declares the game/screen/communications/multimedia conjugacy and tests the hypothesis about the status-generation gap in the perception of the game phenomenon by students and university teachers. The latter pass on their own worldview priorities in the process of training specialists for the field of media communications: journalism, advertising, public relations, etc. The discovery of this gap makes it possible to understand and evaluate from the positions of the game paradigm the problems of screen media reality, which is formed individually (the

projection “student”) and institutionally (the projection “teacher”). The game technology Boss Fight is regarded in the article as an indicator of potential conflicts in the training space as well as an actual method of their optimization. This technology was involved by the author in the training course Television Journalism (RUDN University, 2017/18 academic year).

Key words: *game, on-screen communications, status, generation, manipulations.*

Введение

Феномен игры, перманентно привлекательный для педагогов, а также философов и психологов, прежде не вызывал особого интереса у отечественных теоретиков журналистики. Медийные процессы описывались и анализировались в основном согласно парадигме социально-политической модели формирования общественного мнения, в которой игре была отведена роль развлечения. Развитие Всемирной сети изменило приоритеты. Сопряженность экрана и игры, которую мы наблюдаем ныне, проблемна по своей сути, а потому требует внимания. В ней проявляется и актуализируется онтологическое противостояние двух медийных экранных информационных потоков: сетевого (Интернет) и однонаправленного (телевидение). С одной стороны, алгоритм краудсорсингового насыщения и модификации интернет-пространства: конвертация (преобразование-игра) любых текстов в экранные мультимедийные формы при одновременном погружении их в гиперреальность (по сути, в игровое пространство), а затем игровое взаимодействие с ними. С другой стороны, алгоритм программирования и трансляции аудиовизуальных текстов ТВ: формирование повестки дня (ритуализированное продвижение имиджа социальных институтов, медийных лиц и государства), игрофикация неигрового контента (повышение рейтинга с помощью игровых механик) плюс клонирование ток-шоу (игра как перфоманс-коммуникация в целях пропаганды) и пассивное (ритуализированное) потребление шоу заэкранной аудиторией.

Рефлексия в отношении игровых экранных коммуникаций позволяет со всей очевидностью обнажить двойственную разнонаправленную природу современного этапа медиапрактики и спрогнозировать ее дальнейшее развитие. Фокусировка на игре в двух экранных модальностях, точнее на одних и тех же игровых коммуникациях в Интернете и на ТВ, также дает возможность глубже понять природу и потенциал игрового взаимодействия.

В связи с этим представляется актуальной попытка получить ответы на вопросы: какими установками в отношении феномена игры оперируют преподаватели, которые готовят будущих медиаспециалистов, и насколько восприимчивы к преподавательским установкам студенты.

В РУДН междисциплинарные и многофакторные проблемы игры с позиций теории журналистики изучаются исследовательской группой «ЛИК» (Лаборатория игровых коммуникаций) в продолжающемся проекте «Игра и я». Один из аспектов проекта, а именно опрос «Преподаватели *vs* студенты», представлен в данной статье.

Предыстория

Степень изученности экранных игровых коммуникаций в теории журналистики остается невысокой и недостаточной для системного осмысления указанного феномена. Однако есть несколько концептуальных исследовательских работ, затрагивающих те или иные аспекты экранной игры в ракурсе журналистских задач.

В основе концепции *игрореализации* (Олешко, 2003) лежит сходство игровых процессов и массово-коммуникационной деятельности. Технологии игрореализации как диалоговые коммуникативные ситуации могут быть, по Олешко, процессуально прагматическими (с использованием манипуляций) и творчески спонтанными, свободно реализующими возможности автора и аудитории. В контексте коммуникативистики (с акцентом на медиапсихологию) связь игры с массовыми коммуникациями, применительно к модели мультимедийного игрового текста, впервые отмечена отечественными исследователями восемь лет назад (Савицкий, 2010), тогда же была представлена и проанализирована игровая технология, конструирующая публицистические жанры и форматы. Игровое начало, стремление свести реальность к игре, пристрастие к смеховым и ироничным программам — эти черты современного телевещания были выделены как главные при сравнении ТВ и театра (Барабаш, 2010). Термин *геймеризация* был введен в научный оборот в отношении форм телекоммуникации и типов конфликтов, построенных на смешении реальности и телевизионной условности (Новикова, 2011). Игра, перенесенная на экран, рассматривалась как средство активизации позиции зрителя, что явилось продолжением дискуссий о телевидении взаимо-

действия, когда телевизионные игры были взяты в качестве примера для иллюстрации модели *действие — действие* (Побережникова, 2004). Новый поворот в изучении игровых медиакоммуникаций связан с проверкой гипотезы, предписывающей медийной игре активную роль в процессе превращения эмпирической реальности в виртуальную, что характерно для «шоуцивилизации» (Ильченко, 2012: 227) как варианта «общества спектакля» (Дебор, 1967). Однако наступление фазы игровой парадигмы экранного продукта в контексте реального ТВ с интерактивными коммуникациями оказалось скомпрометированным из-за приоритета своеобразного театрализованного (постановочного) контента в телевизионных разговорных программах имитационного характера (Уразова, 2012). Напротив, в сетевом пространстве, в интернет-СМИ, игровые коммуникации получили широкое распространение, особенно в иммерсивных мультимедийных историях (Осиповская, 2016).

В последние семь-восемь лет феномен игры в медиасфере рассматривался зарубежными учеными в прикладном аспекте, как особая технология организации эффективных неигровых процессов с помощью игровых элементов — игрофикация *(gamification)*.

Российская философская школа, оперируя своим инструментарием, обозначила в изучении игрофикации в массмедиа три магистральных направления (Григорьева, 2014: 61): диалогичность, игровую онтологию, реальное-воображаемое-симулятивное. Особый интерес представляют работы по медиафилософии, связанные с феноменом *ритуала* (Черных, 2013), который в теории игровых коммуникаций рассматривается как антипод игры (Волкова, 2015).

Подводя итог краткому обзору работ исследователей экранных игровых коммуникаций в том или ином ракурсе, можно сказать, что все наблюдения, гипотезы и выводы опираются прямо или косвенно на базовое толкование сути коммуникационного процесса. В соответствии с этим толкованием, игра, подобно лекалу переменной кривизны, и выстраивает конкретные экранные коммуникации, в которых она либо цель, либо средство. Поэтому именно отношение к игре является катализатором разделения общества, выбирающего свои экраны и свои варианты медиапотребления, что, в свою очередь, формирует разные типы личности, поляризуя общество.

Методология и результаты исследования

В июне-августе 2013 г. группой «ЛИК» был проведен – как часть исследовательской программы «Игра и я» – анонимный опрос более 700 участников четырех поколений (по Штраусу и Хоуву). Обработка результатов была экстраполирована на проблемы этики (Волкова, Лазутова, 2013).

Спустя пять лет инициирован новый опрос с использованием эмпирической базы и выводов прежнего. Исследование было названо «Преподаватели *vs* студенты» (в рамках программы «Игра и я»). Если раньше проверялась и была частично подтверждена гипотеза о том, что в основе всеобщей игрофикации (Ретюнских, 2002; Кравченко, 2008) лежит совокупность различных мотиваций игроков, живущих в общем социально-экономическом пространстве, но принадлежащих к разных поколениям, то теперь была сделана попытка соотнести восприятие игры представителями статусно-поколенческих категорий *студент* и *преподаватель*.

В марте-апреле 2018 г. опрошено 218 студентов (старшие курсы бакалавриата и магистратуры РУДН, дневное и вечернее отделение) в возрасте от 19 до 23 лет и 37 преподавателей от 27 до 58 лет; все они связаны с гуманитарными знаниями, преимущественно с коммуникативными специальностями (журналистика, связи с общественностью, реклама, маркетинговые коммуникации) и находятся в общем образовательном пространстве. В экспресс-анкете было два вопроса. Анкетирование «Преподаватели *vs* студенты» проводилось в университете и в общежитии методом прямого очного опроса, без использования *WEB*-технологий; респонденты имели возможность задавать вопросы по технике заполнения анкеты.

Во вводном предложении содержались сведения о проекте «Игра и я» и об анонимности информации. Первый вопрос-задание был заимствован без изменений из анкеты-2013: «Выберите только одно суждение, которое, на ваш взгляд, наиболее точно определяет термин «игра». Предложенные варианты: а) соревнование (соперничество, борьба, преодоление трудностей); б) творчество (креатив, легкость, открытие себя); в) фантазия (инобытие, собственный мир, путешествие); г) интрига (манипуляция, подтасовка, сговор)». Чтобы оптимизировать процесс и свести к минимуму возможные уточнения, в формулировке задания уточняющие слова («одно суждение», «наиболее точно») были выделены.

Второй вопрос анкеты представлял собой переформулированные в виде задания выводы прошлого исследования, лишенные оценочной окраски: «Выберите только один из вариантов, чтобы дописать определение «Игра — это скорее всего... »:

1. ... фактор экранных коммуникаций как части синергичной открытой сетевой системы с декларируемыми гуманитарными функциями: система направляется, поддерживается и развивается благодаря игрокам, ориентация на личностное развитие (средство *коммуникации*).

2. ... фактор экранных коммуникаций как части закрытой однонаправленной вещательной системы с декларируемыми гуманитарными функциями: система направляется, поддерживается и развивается благодаря организатору игры, ориентация на общественное (социальное) развитие (средство *манипулирования*)».

Использование в задании словосочетания «скорее всего» помогает сделать респонденту выбор, не прячась за компромиссной формулировкой, которая не предусмотрена.

Каждому преподавателю, участнику анкетирования, было предложено пройти процедуру глубинного интервью и объяснить свой выбор. Предложение пройти глубинное интервьюирование было сделано всего 11 студентам (случайная выборка).

Целью опроса «Преподаватели *vs* студенты» была проверка гипотезы о статусно-поколенческом разрыве в трактовке игры (студенты *vs* преподаватели): приверженности студентов к пониманию игры как творчества и разнонаправленного коммуникативного действия и, соответственно, приверженности преподавателей к пониманию игры как манипуляции и однонаправленного коммуникативного процесса. Задача — проследить, как изменилась за 5 лет трактовка игры у студентов (поколение *Y*), — ставилась как попутная.

После обработки данных была получена следующая картина.

В таблице 1 представлены результаты (в процентах) тестирования представителей поколения *Y* (статусная выборка только за 2018 год).

Таблица 1

Трактовка *игры* представителями поколения *Y*

Год / Статус	2013	2018
Соревнование (борьба, преодоление трудностей)	57,7	55
Творчество (открытие себя, легкость)	22,8	25,5
Фантазия (путешествие, свой мир, мечты)	15,2	16,3
Интрига (подтасовка, сговор, манипуляция)	4,3	3, 2

Таблица 2 — сравнительная, в ней результаты (в процентах) обработки второго вопроса анкеты.

Таблица 2

Понимание *игры* студентами и преподавателями (2018 г.)

Статус / Игра	Студенты	Преподаватели
Средство *коммуникации*	87	28
Средство *манипулирования*	13	72

Дополнительно было проведено глубинное интервью четырех преподавателей (каждого отдельно), которые согласились объяснить свой выбор. Отметим, что все они остановились на втором варианте ответа на второй вопрос. Также были проинтервьюированы студенты; согласие было получено от двух человек.

Обсуждение

Предварительный обзор взглядов исследователей медиа на игровые коммуникации показал невысокую степень теоретического освоения темы в пространстве теории журналистики, что позволило сформулировать новую актуальную проблему, выдвинуть гипотезу и провести ее проверку в первом приближении. Исследование «Преподаватели *vs* студенты» было задумано как пробное, пилотажное, поэтому нет речи о фундаментальности выводов – они требуют дальнейшей проверки и обсуждения. Это скорее повод для рефлексии.

Главная проблема при изучении экранных игровых коммуникаций в том, что игра противоречива сама по себе. Она может служить пространством двусторонних, многосторонних, сетевых добровольных коммуникаций равноправных участников (индивидуализация), но игра также используется инициаторами взаимодействия как эффективное средство манипуляции объектами (массовизация). Если же мы говорим об игре, превращенной в экранное зрелище (перфоманс, шоу), то она вызывает у аудитории, наблюдающей за процессом, программируемые эффекты – положительные или отрицательные с точки зрения субъекта-транслятора.

Проблемность восприятия игры в теории и практике журналистики, неоднозначность в оценках журналистских текстов, идентифицируемых как игровые, споры по поводу функций игровых сюжетов – все это объяснимо, если соотнести феномен игры с феноменом журналистики как деятельности.

Существует три типа российской журналистики по признаку понимания цели деятельности, с которыми себя идентифицируют практики отрасли: управленческая (пропагандистская), коммерческая (рыночная) и общественная (соучастие). Соответственно, есть три точки отсчета в анализе и оценке журналистской деятельности и журналистских текстов: воздействие, информирование и диалог. Таким образом, игровые коммуникации могут быть вписаны в ту или иную систему координат. Получается: как человек объясняет себе суть игры — так он и понимает журналистику.

Если студенты, выросшие в цифровой среде, среди мультимедийных историй с нелинейным сюжетом, воспринимают игру как средство коммуникации (диалог), то преподаватели, привычные к линейному и программируемому контенту, часто понимают и объясняют игру как средство манипулирования (воздействия). И дело не только в принадлежности к конкретному поколению: преподаватели коммуникативных дисциплин — люди разного возраста, в том числе и молодые, вчерашние выпускники аспирантуры. Как выяснилось из материалов глубинных интервью, преподаватели склонны к консерватизму именно в силу своего статуса, они сознательно тиражируют фундаментальные взгляды на традиционные СМИ, поскольку те проверены временем, отражены в учебной литературе и безопасны для самого транслятора (такой аргумент был высказан двумя преподавателями во время интервью); вузовские наставники ориентируются, прежде всего, на журналистскую функцию *формирования* общественного мнения

(управленческая модель). Другой мотив выбора в пользу игры-манипуляции, предполагаемый и обнаруженный во время глубинного интервью, связан с принятием на себя роли мессии. Это напоминает ситуацию с традиционными СМИ, которые в эпоху дефицита информационных потоков были на особом положении, а теперь продолжают играть эту роль в условиях, изменившихся кардинально, не отказываясь от уже неактуального эгоцентризма и модели *субъектно-объектных* коммуникаций.

Можно ли сказать, что установки преподавателей дезориентируют студентов, лишают их альтернативы? Нет, как следует из материалов анкеты и материалов интервью. Игра для студентов — это соревнование и творчество (данные пятилетней давности почти совпадают с современными), средство коммуникации. Если развернуть в научном ключе ответы студентов (в том числе и во время интервью), то получится, что игра для них является своего рода экспликацией диалога, она отражает субъектно-субъектную модель и предполагает согласие, выражаемое в добровольном принятии на себя ограничений-правил.

Противоречие в базовых установках на игру (преподаватели *vs* студенты), на наш взгляд, может быть обнажено и *отыграно* на практических занятиях с применением технологии *поединок с боссом* (*Boss Fight*), которая построена на соучастии — субъектно-субъектной модели. Со стороны преподавателей это будет уступка, ответ на вызов, который хоть и существует в студенческой среде, но не артикулируется («Вы нас учите практическим вещам, а сами сможете выполнить задания?»). Не всякий наставник пойдет на такой эксперимент, ведь это смена парадигмы — ритуальной (традиционная лекция-перфоманс) на игровую, а значит, смена статуса: не ментор, а соучастник.

Готовность к смене статуса для преподавателя блока практических предметов, связанных с медийными профессиями: журналист, специалист по рекламе, специалист по связям с общественностью, необходима. Кризисное состояние отечественной журналистики объясняется в том числе и консерватизмом высшей школы. Как ни парадоксально это звучит на первый взгляд, но именно отношение к игре, понимание сути игровых коммуникаций, умение и желание преподавателя принять на себя роль равного или хотя бы первого среди равных — это сигнал для будущих журналистов, своеобразная легализация сетевой модели *субъект — субъект*.

Но и студенты зачастую не готовы к такому учебному эксперименту, поскольку в вузе для них удобнее роль ведомого (этот момент был проговорен в глубинных интервью). Для студентов *поединок с боссом* полезен как проверка проактивности, без которой истинная игра, а значит, и *субъектно-субъектные* коммуникации невозможны. Готовность взять на себя личную ответственность за собственное решение, поступок, позицию, журналистский материал, телесюжет формируется в студенческих аудиториях. Если преподаватель лишает подопечного такой возможности (вынуждает идти на компромисс, не готов делегировать ответственность, без объяснений принимает решения по студенческим работам), у студента формируется *двойная профессиональная мораль*: в теории он *игрок-соучастник* – на практике *игрок-объект*. Чем это может обернуться в будущем — тема отдельного исследования.

Об одном из вариантов использования данной технологии можно прочесть в статье «Геймификация в образовании: поединок с боссом» (Волкова, Десяева, Кильпеляйнен и Алгави, 2017). Другой пример — экспериментальный курс «Тележурналистика», инициированный аспиранткой кафедры массовых коммуникаций РУДН Евгенией Кильпеляйнен совместно с автором статьи.

На первом этапе примерно половина студентов-третьекурсников (35 человек) были не готовы конкурировать с успешным телевизионным продюсером, не хватало внутренней мотивации, мешала привычка к упрощенным заданиям и ориентир на внешнее одобрение-оценку. Методика постоянной обратной связи позволяла контролировать настроения студентов и тактически корректировать содержание занятий. Целью курса было создание студентами мультимедийных проектов для студенческого фестиваля МЭФИ (малый эфир). Измененная концепция МЭФИ была декларирована как правила игры, которые надо было принять и только тогда действовать свободно внутри условного игрового пространства. Но часть студентов отказалась на первых порах принять правила игры, им хотелось сохранить старые: просто снимать телефильм или телесюжет на заданную тему. Отметим, что студенты в данном случае статусно отыгрывали роль преподавателей-консерваторов (модель *игра-манипуляция*), а преподаватели — роль студентов-новаторов (модель *игра-коммуникация*). Кульминацией *поединка с боссом* стала аудиторная дискуссия «Зачем делать фильм для ТВ, если ты его отвергаешь, если его целевая аудитория тебе не близка и ты ее плохо знаешь?». Третьекурсникам было предло-

жено придумать мультимедийный интернет-проект «Телевидение в лицах», частью которого станет фильм. То есть задуматься над сверхзадачей, заинтересоваться телевидением и попытаться дополнить традиционные технологии новыми.

В итоге родился креативный бриф (по модели коммуникационных агентств), который был подписан представителями студенческих групп и преподавателями. Что это за документ? В нем по пунктам перечислены основные параметры предстоящей работы.

Продукт обозначен следующим образом: телевидение как средство массовой информации и как медиаиндустрия.

Формат: концепция мультимедийного медиапроекта, представленная в двух форматах – письменном и аудиовизуальном. Первый – 1,5–2 страницы (не более 4 тысяч знаков с пробелами), второй – рекламный ролик (трейлер), продолжительностью 120 секунд.

Общая информация: телевидение имеет интересную историю, которая показывает, что у этого медиа были гораздо лучшие времена, чем сегодня. ТВ – не только инструмент пропаганды, это средство распространения научных знаний, культуры, информации, *единственное* СМИ, собирающее в прямом эфире (здесь и сейчас) *одновременно* самую многочисленную аудиторию по всему миру. Для настоящего ТВ главный объект наблюдения – человек во всем многообразии, рождение эмоций в прямом эфире – огромная ценность. ТВ называют *рентгеном характера* не случайно. Опыт ТВ в создании *живых* программ, где человек забывает о камере и становится собой, малоизвестен современной молодежи, а зря.

Цель: разбудить интерес к телевидению, напомнить о его возможностях, продемонстрировать их в действии.

Целевая группа: старшеклассники и студенты (16–23 года).

Конкуренты: социальные сети, Интернет, портативные устройства.

Суть сообщения: телевидение уникально по своим природным качествам, Интернет может дополнить их, телевидение и Интернет – не конкуренты, а союзники.

В брифе также перечислены *потребительские предрассудки* в отношении телевидения.

Новая концепция телефестиваля позволила студентам, при осмыслении пунктов креативного брифа, посмотреть на телевидение и тележурналистику иначе, увидеть возможности совместного использования ТВ и Интернета. Преподаватели и студенты в реализации данного проекта сотрудничали по коммуникативной мо-

дели *субъект – субъект*, по технологии *поединок с боссом*, в роли *homo ludens* (человек играющий).

Результаты эксперимента обсуждались на преподавательском семинаре, который стал финальным мероприятием *поединка с боссом*. Основные тезисы: а) человек играющий — главное действующее лицо эпохи глобальных коммуникаций, субъект и объект игровых взаимодействий, а игра — одновременно и способ диалогового осознания мира, и технология влияния, усиленная новейшими техническими возможностями; б) экран во всех своих модификациях проявляет ценностные установки коммуникаторов в том числе и через игру: как она представлена, какую модель коммуникации презентует (сетевую многосубъектную или горизонтальную субъектно-объектную); в) последствия использования игры (во всех ее ипостасях) в экранных коммуникациях сказываются на доминировании в обществе тех иных типов личности (проактивных или управляемых).

Выводы

Итак, каковы итоги пробного исследования «Преподаватели *vs* студенты» (в рамках программы «Игра и я»)? Анализ результатов анкетирования подтвердил гипотезу о статусно-поколенческом разрыве в трактовке игры (студенты *vs* преподаватели). Студенты объясняют игру как творчество и *разно*направленное коммуникативное взаимодействие; преподаватели — как манипуляцию и *одно*направленный информационный процесс. Это позволяет сделать вывод о *разновекторности* в понимании основ коммуникации обучающими и обучаемыми. Данное противоречие, прежде всего, снижает эффективность учебного процесса, создает конфликтные ситуации. Кроме того, студенты, при нынешнем традиционном образовании (установка на внешнюю мотивацию), проявляют склонность к компромиссу, двойной морали. Они отказываются от проактивной позиции (установка на внутреннюю мотивацию) и становятся ведомыми, чтобы угодить преподавателям блока коммуникативных дисциплин, которые, согласно результатам анкетирования и интервьюирования, остаются апологетами ритуализированных учебных коммуникаций.

Требуются педагогические новации, которые помогли бы сначала проявить противоречия, а потом их гармонизировать, подобно технологии *поединок с боссом*. Нужны образовательные про-

граммы для журналистов по игровым коммуникациям (по стандарту учебно-методического комплекса), нужна научная дискуссия об играх и игровых коммуникациях в контексте теории журналистики и коммуникативистики, в контексте медиаобразования. Оптимизация учебных коммуникаций в вузовской среде, особенно там, где воспитываются будущие профессионалы, должна быть ориентирована на формирование *осознанного* гуманного человека, субъекта, способного к самоопределению, самодостаточности и аутентичности.

Несмотря на то что исследование «Преподаватели *vs* студенты» было задумано и проведено как поисковое, предварительное, его результаты уже прошли успешную апробацию в РУДН: были оперативно скорректированы (установка на развитие проактивности, использование технологии *поединок с боссом*) и получили высокую оценку у студентов и преподавателей курсы «Этика журналистики» и «Игровые коммуникации в журналистике и PR» (2017–2018 уч. г.)

Библиография

Барабаш Н. А. Телевидение и театр: игры постмодернизма. М.: КомКнига, 2010.

Волкова И. И., Лазутова Н. М. Этическое и игровое в установках коммуникаторов разных поколений // European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). 2013. № 11. Т. 1. С. 285–291.

Волкова И. И., Десяева Н. Д., Кильпеляйнен Е. С., Алгави Л. О. Геймификация в образовании: поединок с боссом // Сб. науч. трудов междунар. науч.-практ. конф. «Образовательное пространство в информационную эпоху» (EEIA–2017). М.: Ин-т стратегии развития образования РАО, 2017. С. 330–340.

Григорьева Л. Ю. Три направления исследования медиареальности практики игрофикации в массмедиа // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 6 (44). Ч. 2. С. 59–61.

Дебор Г. Общество спектакля / пер. с фр. М.: Логос, 2000.

Дзялошинский И. М. Российское телевидение: противостояние матриц // Вестн. ВГИК. 2011. № 8. С. 110–122.

Ильченко С. Н. Шоу-цивилизация: реальность современной медийной практики // Вестн. С.-Петербургск. ун-та. Востоковедение. Филология. Журналистика. 2012. № 1. С. 227–230.

Кравченко С. А. Играизация общества: блага и проблемы // Сб. науч.-популяр. ст. – победителей конкурса РФФИ 2007 года. Вып. 11. М.: Октопус-Природа, 2008. С. 270–276.

Новикова А. А. Телевизионные зрелища: журналистика, массовая культура и игры постмодернизма. М.: Фак. журн. МГУ, 2010.

Олешко В. Ф. Журналистика как творчество. М.: РИП-холдинг, 2003.

Осиповская Е. А. Игровое медиапространство мультимедийных англоязычных СМИ: новые тенденции в жанрообразовании: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016.

Поберезникова Е. В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения. М.: Аспект Пресс, 2004.

Ретюнских Л. Т. Философия игры. М.: Вузовская книга, 2002.

Савицкий В. А. Игра как феномен журналистского творчества: дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.

Уразова С. Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2011.

Черных А. И. Медиа и ритуалы. М.; СПб: Университетская книга, 2013.

References

Barabash N. A. (2010) *Televidenie i teatr: igry postmodernizma* [Television and Theater: Games of Postmodernism]. Moscow: KomKniga. (In Russian)

Chernyh A. I. (2013) *Media i ritualy* [Media and Rituals]. Moscow; St. Petersburg: Universitetskaya Kniga Publ. (In Russian)

Debor G. (2000) *Obshchestvo spektaklya* [Society of Performance]. Moscow: Logos Publ. (In Russian)

Dzyaloshinskij I. M. (2011) Rossijskoe televidenie: protivostoyanie matric [Russian Television: the Opposition of Matrices]. *Vestnik VGIK* 8: 110–122. (In Russian)

Il'chenko S. N. (2012) Shou-civilizaciya: real'nost' sovremennoj medijnoj praktiki [Show Civilization: the Reality of Modern Media Practice]. *Vestn. S.-Peterburgsk. un-ta. Vostokovedenie. Filologiya. Zhurnalistika* 1: 227–230. (In Russian)

Grigor'eva L. Yu. (2014) Tri napravleniya issledovaniya mediareal'nosti praktiki igrofikacii v massmedia [Three Directions of the Media Reality Study of the Practice of Gaming in Mass Media]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* 6(44: 2): 59–61. (In Russian)

Kravchenko S. A. (2008) Igraizaciya obshchestva: blaga i problemy [Gamization of Society: Benefits and Problems]. In *Sbornik nauchno-populyarnyh statej – pobeditelej konkursa RFFI 2007 goda* [Collection of popular science articles, the winners of the RFBR competition in 2007]. Vol. 11. Moscow: Oktopus-Priroda Publ. Pp. 270–276. (In Russian)

Novikova A. A. (2010) *Televizionnye zrelishcha: zhurnalistika, massovaya kul'tura i igry postmodernizma* [Television Shows: Journalism, Mass Culture and Games of Postmodernism] Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Oleshko V. F. (2003) *Zhurnalistika kak tvorchestvo* [Journalism as Creativity]. Moscow: RIP-holding Publ. (In Russian)

Osipovskaya E. A. (2016) *Igrovoe mediaprostranstvo mul'timediynyh angloyazychnyh SMI: novye tendencii v zhanroobrazovanii: dis. ... kand. filol. nauk.* [The Game Media Space of Multimedia English-Language Mass Media: New Trends in Genre Formation: PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Pobereznikova E. V. (2004) *Televidenie vzaimodejstviya: Interaktivnoe pole obshcheniya* [Television of Interaction: Interactive Field of Communication]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Retyunskih L. T. (2002) *Filosofiya igry* [Philosophy of the Game]. Moscow: Vuzovskaya Kniga Publ. (In Russian)

Savickij V. A. (2010) *Igra kak fenomen zhurnalistskogo tvorchestva dis. ... kand. filol. nauk*. [The Game as a Phenomenon of Journalistic Creativity: PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Urazova S. L. (2011) *Realiti-shou: osobennosti i principy modelirovaniya* [Reality Show: Features and Principles of Modeling]. Moscow: IPK rabotnikov TV i RV Publ. (In Russian)

Volkova I. I., Desyaeva N. D., Kilpelyaynen E. S., Algavi L. O. Gamification in Education: a Boss Fight. In *EEIA 2017 — International Conference "Education Environment for the Information Age". The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS)*. http://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2017.08.8. (In Russian)

Volkova I.I., Lazutova N.M. (2013) Eticheskoe i igrovoe v ustanovkah kommunikatorov raznyh pokolenij [Ethics and Game in the Installations of Communicators of Different Generations]. *European Social Science Journal* 11(1): 285–291. (In Russian)

Поступила в редакцию
30.04.2018