

УДК 004.738.5
ББК 76.00

DOI: 10.31862/1819-463X-2020-1-29-38

ЭДЬЮТЕЙМЕНТ В СОВРЕМЕННЫХ СЕТЕВЫХ МЕДИА: ЖУРНАЛИСТСКИЕ ФОРМАТЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Я. В. Солдаткина

Аннотация. *Статья посвящена анализу новейших конвергентных форм в современной журналистике. В условиях конкуренции за читателя и распространения агрессивного контента медиа начинают создавать порталы и медиaplatformы просветительского и образовательного характера, цели которых близки к классическим функциям журналистики как социального института. Эти порталы не предоставляют новостной информации, но используют коммуникативные каналы новых медиа и социальных сетей, а также современные игровые приемы для привлечения внимания аудитории и повышения ее интеллектуального потенциала. Обращение к традиционным журналистским форматам (интервью, эссе, имитация телеэфиров), к коммуникационным и цифровым возможностям новых медиа (подкасты, мобильные нарративы), к технологиям эдьютеймента (тесты, ролевые игры) позволяет говорить о развитии нового продуктивного медиаформата просветительской семантики.*

Ключевые слова: *эдьютеймент, новые медиа, социальные сети, игровые технологии, медиаконвергенция, информация, функции журналистики.*

EDUTAINMENT IN CONTEMPORARY NETWORK MEDIA: JOURNALISTIC FORMATS AND TECHNOLOGIES

Ya. V. Soldatkina

Abstract. *The article deals with the analysis of the latest convergent forms in modern journalism. In the context of competition for the reader and the spread of aggressive content, media begins to create portals and media platforms of an educational and educative nature, the goals of which are close to the classical functions of journalism as a social institution. These portals do not provide news information, but use the communication channels of new media and social networks, as well as modern gaming techniques to attract the attention of the audience and increase its intellectual potential. An appeal to the*

© Солдаткина Я. В., 2020



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

traditional journalistic formats (interviews, essays, imitation of television broadcasts), to the communication and digital capabilities of new media (podcasts, mobile narratives), to the technologies of edutainment (tests, role-playing games) allows talking about the development of a new productive media format of educational semantics.

Keywords: *edutainment, new media, social networks, game technologies, media convergence, information, journalism functions.*

Для современных медиа характерны сложные трансформационные процессы, связанные как с постоянным технологическим обновлением электронных носителей и коммуникационных каналов распространения, так и с глобальными функциональными изменениями самой журналистской профессии, а также социокультурной роли информации. С одной стороны, развитие современных массмедиа, социальных сетей и мессенджеров понижает конкурентоспособность традиционных медиа, поставляя при этом зачастую сомнительный по достоверности, стилистической подаче и эмоциональному восприятию контент. Но, с другой стороны, легкая доступность информации, вирусные скорости ее доставки и потребления, «мусорное» содержание, ориентированное на кратковременное привлечение внимания и трафика («хайп» и «кликбейт»), порождает у осмысленных пользователей потребность в качественном и развивающем медиапродукте, который можно было бы легко и в то же время не без пользы потреблять через привычные цифровые каналы.

Исследователи медиа все чаще среди медиатрендов, которые будут определять или уже определяют лицо журналистики второй трети XXI в., называют «запрос на контент»: заинтересованность в тех форматах медиа, которые:

а) вовлекают и формируют собственную аудиторию [1];

б) предлагают своей аудитории развлекательные жанры, «медленные новости» (slow media): профессиональную аналитику, осмысляющую значимые события последнего месяца или даже квартала [2];

в) выполняют не только информационные, но и социально значимые функции:

просвещение, участие в волонтерской деятельности и др. [3].

Состояние «информационного потопа» заставляет аудиторию с большим вниманием относиться к выбору форм и производителей контента, к выработке своего рода медиаэкологических правил, позволяющих создавать персональные меры защиты, отсекающие как информационный шум, так и агрессивно-манипуляционные, фейковые и рекламные тексты. По мнению авторов ежегодного обзора медиатрендов из флага медиаисследований – издания «Журналист», «...все больше появляется полезных советов и целых сервисов, встроенных в мобильные операционные системы, которые помогают грамотно выключаться из социальных сетей и мессенджеров, чтобы не нанести вред себе» [4]. Такого рода меры могут лежать в плоскости «платного контента», когда осмысленный пользователь с помощью платных подписок самостоятельно конструирует свою медиареальность, предпочитая качественный журналистский продукт бесплатному и зачастую контролируемому непрозрачными алгоритмами технологических платформ медиатексту новых медиа и социальных сетей. Развитие подобных закономерностей, с одной стороны, позволяет монетизировать содержательные и по-журналистски трудоемкие материалы, но, с другой стороны, провоцирует диспропорции среди аудитории, лишая менее обеспеченные слои населения доступа к качественной медиасреде («цифровое неравенство»).

Альтернативой или же дополнением развлекательно-коммуникационного пребывания в медиaprостранстве для грамотного и мотивированного на получение по-

лезной, качественной, достоверной информации пользователя становится, как уже было указано выше, не только самоограничение, но и расширение познавательных границ и, соответственно, обращение к медиаресурсам, построенным на приемах и технологиях эдьютеймента. Понятие «эдьютеймент» активно применяется в современных педагогических штудиях для описания игровых технологий обучения, включающих в себя как цифровые, так и контактные игровые способы оптимизации процесса образования и повышения интереса к нему не только у собственно учащихся, но и у самой разнообразной аудитории. Само по себе использование игровых элементов, объединяемых теперь в термине «эдьютеймент», не ново [5]. Согласимся с мнением тех ученых, которые атрибутируют эдьютеймент не только как образовательное, но и просветительское и – шире – социокультурное явление: «В зависимости от сфер проявления можно выделить политический, экономический, культурный эдьютеймент» [6, с. 218] – явление, связанное не только с формами потребления информации и знаний, но и с поведенческими и философскими установками, рассматривающими игру в качестве одной из фундаментальных сфер деятельности, присущих роду *Ното* и особенно востребованных в постмодернистскую эпоху: «Игра отвечает глубинным потребностям человека – современника эпохи постмодерна. Известный символ постмодернистской философской парадигмы – ризома (лабиринт), он напоминает одновременно Всемирную паутину и квест (приключенческую игру)» [7, с. 106]. С этой точки зрения представляется необходимым уточнить семантические и функционально-типологические связи эдьютеймента как просветительно-игрового феномена с современными медиа, аналоговой и сетевой журналистикой.

Здесь следует выделить два основных научно-интерпретационных подхода. Первый рассматривает эдьютеймент в качестве медиаобразовательной стратегии, способствующей как обучению журналистской

профессии, так и заимствованию журналистских практических умений и кейсов для образовательных нужд, когда журналистика со своими приемами поиска, обработки и передачи информации и коммуникативным потенциалом мыслится общеобразовательным, просветительским инструментом – «дорогой к получению знаний» [8; 9 и др.]. Второй делает акцент на игровые практики и технологии, многообразно применяемые в самых разных журналистских жанрах и целях. В этом значении эдьютеймент частично пересекается с таким повсеместно распространенным в современных медиа трендом, как геймификация [10; 11]: упаковка социально значимой информации в игровые нарративы, когда материал подается пошагово, сегментированно, интерактивно реагирует на действия пользователя, зачастую включает визуальный контент, юмористическую стилистику и другие способы вовлекающей подачи (тесты, онлайн-игры, особенно с вопросно-ответными механизмами, иногда – через масштабные проекты, создаваемые по принципу онлайн-стратегий, дополненные очками виртуальной реальности и т. д.). Тем самым геймификационные практики одновременно отвечают и потребности современных медиа привлечь и развлечь аудиторию, заставить ее провести время и уделить внимание медиаресурсу, то есть повышают метрики издания, и удовлетворяют интерес части современных медиапользователей к рекреационным просветительским механизмам, облегчающим доступ к информации значимого социокультурного характера и обуславливающим популярность игровых просветительских траекторий.

Очевидно, что геймификация и медиаобразовательные стратегии с разных сторон описывают сложные формально-содержательные изменения, свойственные современному состоянию медиaprостранства, и отмеченные нами выше, – они отвечают запросу продвинутой аудитории на информацию просветительского характера, организованную по геймификационным принципам и схемам, где первое не проти-

воречит второму, а, наоборот, демонстрирует органичность сочетания образовательного контента и развлекательной упаковки, роднящей эдьютеймент с паттернами повсеместно распространенного инфотеймента. И хотя указанный запрос аналитики «Журналиста» объясняют усталостью от агрессии реальности и ее вездесущих медиаканалов влияния на индивидуум [4], сам по себе факт обращения к медиаэдьютейменту для решения просветительских и социокультурных задач, для реализации концепции ненасильственного и поэтапного расширения кругозора аудитории, приобщения ее в ненавязчивой форме к новейшим научным, философским, литературным достижениям не является изобретением XXI в. Не вдаваясь в подробный исторический экскурс, укажем, что эпоха Просвещения породила в царствование Екатерины II серию периодических журнальных изданий (журналы Н. И. Новикова, «Собеседник любителей русского слова» Академии наук и др.), в которых использовались приемы, относимые сейчас к сфере эдьютеймента: вопросно-ответная форма, пародийно-игровое переосмысление полемических тем, использование ролевых масок и проч. [12, с. 84–116]. Для нас данный пример показателен в качестве иллюстрации продуктивного взаимодействия медиа и эдьютеймента, рассматриваемого не только как набор определенных игровых образовательных технологий, но и как просветительскую деятельность, одной из сфер реализации которой становится сознательно формируемая медиасреда. Среди современных общероссийских СМИ схожую роль играет медиапортал «Дилетант» [13].

В уже цитированной нами статье, анализирующей перспективы развития медиаресурсов во второй половине 2010-х гг., возникновение сетевых проектов, в развлекательной форме выполняющих просветительские функции, отнесено к прогрессивным медиатрендам, хотя и с показательной оговоркой о нежурналистском формате и журналистском функционале такого рода порталов: «...видели в 2015 году и увидим в

дальнейшем появление и развитие таких образовательных платформ и ресурсов, ориентированных на организацию и трансляцию культурно-просветительских ценностей и мероприятий, как “Арзамас”, “Такие дела”, “N+1”, “Постнаука” и прочие. При этом по форме они могут и не относиться к журналистике, но по содержанию выполнять многие социальные ее функции» [3]. Уточним: «N+1» (<https://nplus1.ru/>) начинался как «сайт о науке» и позиционировать себя научно-популярное и просветительское медиа с тематической новостной повесткой начал после соответствующих атрибуций со стороны медиааналитиков, «Такие дела» прямых образовательно-просветительских функций не выполняет, а «Арзамас» и «Постнаука» на сегодняшний день стали образцами и лидерами сетевого эдьютеймента. По функционалу и применяемым медиаприемам к ним были близки уже не обновляющиеся проекты М. Зыгаря «1917. Свободная история» (<https://project1917.ru/>) и «1968. digital. Год, когда все началось» (<https://1968.digital/ru/>), а сейчас – активно разрабатываемые той же выпускающей редакцией «Карта истории: документальная игра про главные события в России XX века» (<https://kartaistorii.ru/>) и «Мобильный театр» (<https://mobiletheater.io/>); а также «образовательный проект о самых важных произведениях русской литературы» «Полка» (<https://polka.academy/>), основанный бывшим главным редактором «Афиши» Ю. Сапрыкиным, и недавно запущенный «просветительский медиапроект о культурном наследии России» «Большой музей» (<https://bm.digital/>), поддерживаемый «Издательством Яндекса». Как видим, выделенный медиаисследователями тренд действительно оказался востребованным в медиaprостранстве – перед нами перспективный механизм для создания просветительских медиапорталов и медиаплатформ.

Но поверхностно упоминая дихотомию наличия журналистских функций у сетевых проектов, формально и содержательно СМИ не являющихся, заставляет по-новому подойти к вопросу о журналист-

ской составляющей рассматриваемых нами просветительских сетевых ресурсов. Наглядно воплощаемая ими установка на эдьютеймент в широком значении этого понятия – просвещение в неучебных, не академических форматах и целях – перекликается с информационно-коммуникационными свойствами журналистики и сходна с последней и по технологиям инфотеймента, и по занимаемому месту в привычном медиапотреблении образованной сетевой аудитории. С другой стороны, просветительские порталы не отвечают главному требованию журналистики – они не представляют собой посредника между обществом и актуальной новостной повесткой. Информация, сообщаемая ими, безусловно, для большей части пользователей может быть оценена как новая, прежде неизвестная, но по сути своей таковой не является. Создатели контента этих медиаресурсов зачастую имеют журналистский опыт и работают по журналистским методикам [14], но собственно оригинального контента не производят, хотя и поставляют качественный, достоверный, прошедший научный фактчекинг и внешне неманипуляционный, идеологически неангажированный продукт, ценность которого в современной медиасреде не подвергается сомнению. Очевидно, что медиаэдьютеймент в этом отношении может быть аттестован как маркер все расширяющегося процесса медиаконвергенции, включающей в свою орбиту уже не только смежные по отношению к собственно журналистике деятельности и специальности (пиар, рекламу, социальную навигацию и проч.), не только рекреационную сферу, но и все более формально отдаленные от журналистики феномены, нуждающиеся в медийном осмыслении и предоставляющие журналистам тот контент, который они, оригинально переформатировав, способны предложить аудитории в борьбе за ее внимание. Подобный подход в работе с содержательной стороной медиа называется современными медиапроизводителями в числе путей обновления как журналистской профессии,

так и концепции медиа как информационно-коммуникационного и социокультурного феномена: «Основная стратегия – работа с контентом. Мы умеем его производить, дробить на кусочки и переупаковывать. На основе банальных вещей можем сделать новый продукт. Мы переупаковали контент в образовательные курсы, не так давно запустили большую платформу – и наши образовательные курсы идут практически для всех издательских групп. И такой способностью – гибко брать контент, дробить на атомы и собирать заново – мы теперь постоянно пользуемся» [15].

Рассмотрим журналистские аспекты проектов М. Зыгаря, посвященных двум значимым датам в истории XX в.: 1917 г. – году нескольких революций и 1968 г. – году, по слогану авторов портала, изменившему мир и повлиявшему на политику, технику, социум и культуру последующих поколений. При сходстве самих концепций журналистские траектории работы с просветительским контентом существенно различаются. Так, нарратив о 1917 г. построен как привычная для современного поколения цифровых пользователей мультимедийная платформа (трансмедийная, с учетом трехтомника М. Зыгаря «Империя должна умереть. История русской революции в лицах. 1900–1917»). Сам Зыгарь использовал наименование «соцсеть» [16]. Исторический контент был представлен создателями в качестве ежедневной ленты социальных сетей: постов с хештегами и метками геолокации, фотографий, комментариев сетевых «друзей»-френдов, создающих иллюзию живого диалога. Все записи – цитаты из писем, дневников, то есть подлинная «прямая речь» участников. Например, в повествовании о разгоне Учредительного собрания с соответствующим хештегом собраны высказывания-«посты» Ленина, Крупской, Керенского, Максима Горького, упоминающих («тегающих») друг друга и других активных участников событий (П. Дыбенко, матроса Железняка (А. Железнякова)). Технологическими и эстетическими нормами соцсетей здесь определяется уникальная

«стилизация» форм подачи, которая может быть аттестована как один из элементов игровой стратегии и при этом создает у аудитории эффект «узнавания», исподволь заставляя сопоставлять себя и собственную повседневность с героями и историями столетней давности. Для полноты «погружения» и имитации современных медиаформ ряд действующих журналистов (Алексей Пивоваров, Марианна Максимовская, Олег Кашин, Александр Плющев, Ксения Собчак, Леонид Парфенов и др.) записали для проекта «новости», «прямые включения», «интервью», «аналитические обзоры» в декорациях известных медиапрограмм и студий, подчеркивая, с одной стороны, иллюзию подобия, а с другой – остроумной журналистской «игры в актуальность» столетних происшествий.

Линейно-хронологическая последовательность ознакомления с материалом не является единственно возможной: навигация позволяет выбрать любого из персонажей этой «соцсети» и увидеть события его глазами – в подчеркнuto личностной и пристрастной трактовке, которая популярна в современной медиасреде. Можно заключить, что при всем своем просветительском потенциале проект «1917» является своего рода энциклопедией новых (и даже частично аналоговых) медиа, их технологий работы с контентом, что – применительно к столетней давности – уникальный пример медиаэдьтеймента, продуктивно использующего журналистские формы для продвижения исторической информации.

В проекте «1968.Digital» создатели развили идею субъективного рассказчика большой истории: его 35 эпизодов выполнены в технике «скринлайф» («сериял для мобильных устройств»), что позволяет продукту занять нишу между новыми медиа и киноповествованием. Эпизоды оформлены по размеру экрана мобильного, на них появляются свойственные соцсетям уведомления, текст озвучен артистами и журналистами с точки зрения главного персонажа эпизода, тогда как совокупность видеороликов ориентирована на воспроизведение

целостного образа эпохи 1968 г., переключаящегося с современностью, по мысли авторов (и здесь проявляется очевидная журналистская составляющая). «Карта истории» – проект, соединивший цифровые опции мобильного и идею ролевых игр: в каждом эпизоде «документальной игры» пользователь, ознакомившись с рядом фактов из жизни исторического деятеля, оказывается перед необходимостью предпочесть ту или иную альтернативную версию развития ситуации, что влечет для персонажа обретение или же потерю возможностей и вариантов для дальнейших маневров. Здесь игровой потенциал просветительской журналистики находит, с нашей точки зрения, свое высшее воплощение: исторические факты излагаются в форме, которая побуждает анализировать и принимать социокультурные решения, позволяя пользователям не только примерить на себя жребий политического лидера или просто жителя другой эпохи, но и раскрыть механизмы политических интриг, устройство самой истории как особого рода отражения реальности. Можно сказать, что в данном случае проект обучает не только истории как дисциплине, но и историческому и политическому мышлению, что переключается с основными функциями журналистики как социального института.

Журналистская составляющая просветительского проекта о литературе «Полка» наиболее ярко раскрывается не в игровых форматах, но в интервью ведущих участников литературного процесса по поводу актуальных тем, новейших изданий и культурных впечатлений (например, с поэтессой, переводчицей, филологом Ольгой Седаковой, литературоведом и историком Андреем Зориным, интервью-эссе с писателем и культурологом Кириллом Корбиным), а также – в подкастах, посвященных зачастую провокационным и рассчитанным на привлечение внимания к порталу и словесности темам: «Денег нет, но вы пишете. История денег в русской литературе от Пушкина до Пелевина», «Детское чтение здорового человека», «Полка» в театре: предъявите

ваши документы» и др. [17]. Подкасты на данный момент позиционируются как одна из самых востребованных сетевых аудиоформ, совмещающих журналистское радиомастерство с удобством интернет-форматов. Дополняя вполне классические просветительские материалы о русской литературе, фрагментированные в виде ответов на ключевые вопросы о произведениях (вопросно-ответная стратегия подачи информации может быть отнесена к старейшим и продуктивным образовательным принципам), обращение к популярным журналистским жанрам расширяет и коммуникационные каналы платформы, доказывая снова, что медиаэдьютеймент предоставляет широкие возможности для медиа-конвергенции и обновления журналистской сферы деятельности.

Платформа «Большой музей», в отличие от более академичной «Полки», ориентируется на более «вовлекающие» медиаформаты, среди которых в первую очередь заслуживают упоминания игры. Так, к новогодним праздникам на сайте появилась образовательно-рекреационная игра «Святки» [18], хорошо иллюстрированная и построенная по вопросно-ответному балльному методу, позволяющему игроку и узнать много информации о святочных обрядах, и проявить смекалку и чувство юмора. Контент сайта структурирован следующим образом: постоянные каталоги (искусство, история, антропология, наука), обновляющаяся рубрика «Вопрос из зала», связывающая проект с соцсетями представленных на платформе музеев, разветвленная система тегов. Общая установка на ознакомление аудитории с фондами русских музеев вписывается в актуальную «календарную» повестку: помимо «Святок», на новогодних каникулах на портале были освещены советские настольные игры, история «первого советского Деда мороза», синдром похмелья в мировой литературе, каникулярные приключения героев мифов народов мира, что в целом демонстрирует стремление и учесть разнообразие вкусов и интересов, и облечь знания в рекреационные тексты. Часть материалов

портала носит рекламный или сопровождающий характер для проводимых партнерами проекта выставок, что также позволяет говорить об инфоповоде как одном из способов организации информации на платформе. Для привязки к повестке в соцсетях используются лиды и специально написанные подводки: например, материал о неоконченных артефактах предваряется в лентах новостным сообщением о том, что к юбилею композитора в апреле 2020 г. искусственным интеллектом будет дописана десятая симфония Бетховена. Просветительская функция портала, таким образом, реализуется с помощью технологий эдьютеймента, использующих ряд узнаваемых журналистских приемов, призванных не только «переупаковать» научно-популярный контент, но и сделать его привлекательным для аудитории и конкурентноспособным в сетевой медиасреде.

На основе проведенного анализа популярных и развивающихся медиаплатформ образовательного характера мы можем сделать вывод о формировании в российском сегменте сети Интернет особой просветительской среды, порталы которой могут быть аттестованы как феномен «медиаэдьютеймента», конвергентный по своей природе, а потому объединяющий в себе элементы, технологии и функции журналистики, медиаобразования, эдьютеймента, но не исчерпывающийся ни одним из этих понятий. Медиаэдьютеймент обслуживает запрос аудитории на просветительский, познавательный, научно-популярный, при этом нефейковый, неманипулятивный и нетоксичный контент, как правило, состоящий из неностальной, но большей частью неизвестной широкому пользователю информации культурного и научного плана, создаваемый в соответствии с современными журналистскими форматами (интервью, подкасты, мобильные видеонаративы, посты в новых медиа и социальных сетях) и приемами инфотеймента (ролевые игры, тесты, вопросно-ответная сегментированная подача, осложненная ситуациями смыслового выбора). Причины его появле-

ния и распространения кроются как в концепциях «осознанного потребления» сетевой информации и поиске альтернатив социально-идеологическим или развлекательным программам, так и в трансформации журналистской профессии и функционала, когда в силу комплекса политико-экономических причин журналисты и медиадееатели ищут новую сферу приложения своих профессиональных умений и навыков, по функциям близкую журналистике как общественному медиатору. Установка на «игровое» просвещение, с одной стороны, относит рассматриваемые медиапроек-

ты к эдьютейменту в его обобщенном значении, но, с другой стороны, подчеркивает связь с геймификацией, визуализацией и другими трендами, определяющими современную и массовую и даже элитарную культуру и сознание и в этом качестве многогранно отражающимися в медиапространстве. Такая траектория трансформации медиа, как медиаэдьютеймент, свидетельствует об определенном обновлении контента и форматов, адресованных думающей аудитории и в культурно-философском аспекте противостоящих фейкам, троллингу и другим отрицательным медиа явлениям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Итоговое эссе и энциклопедия: настоящее // Полевое исследование медиа. URL: <https://media.mail.ru/now/> (дата обращения: 17.01.2020).
2. Романова А. Тише едешь, дальше будешь: что такое slownews // Журналист. URL: <https://jrnlst.ru/slow-news> (дата обращения: 17.01.2020).
3. Пуля В., Корнев М. Десять трендов новых медиа в 2016 году // MediaToolBox. URL: <http://mediatoolbox.ru/trends2016/> (дата обращения: 17.01.2020).
4. Нигматуллина К., Пуля В., Корнев М. Тренды новых медиа-2020 // Журналист. URL: <https://jrnlst.ru/trends2020> (дата обращения: 17.01.2020).
5. Кармалова Е. Ю., Ханкеева А. А. Эдьютейнмент: понятие, специфика, исследование потребности в нем целевой аудитории // Вестн. Челябинского гос. ун-та. 2016. № 7 (389). Филологические науки. Вып. 101. С. 64–71.
6. Евдокимов В. А. Эдьютейнмент в массмедиа: от сложного к простому // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2012. Вып. 1. С. 214–219.
7. Волкова И. И. Игровые форматы мультимедийной журналистики // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Сер.: Литературоведение, Журналистика. 2014. № 1. С. 105–111.
8. Meditsch E. Journalism as a way of knowledge: a Brazilian pedagogical experience, 1999. URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-journalism-knowledge.pdf> (дата обращения: 17.01.2020).
9. Жилавская И. В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема // Вестн. Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2016. № 3, Т. 1. С. 120–125.
10. Карпенко И. И., Лобановская Е. Ю. Геймификация в современной российской интернет-журналистике // Науч. ведомости Белгородского гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2019. Т. 3, № 2. С. 263–269.
11. Федотова Н. А. Возможности и риски геймификации в медийной практике // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 54–59.
12. Проскурина В. Ю. Империя пера Екатерины II: литература как политика. М.: НЛЮ, 2017. 256 с.
13. Яшина А. А. Анализ медиаобразовательного потенциала СМИ (на примере сайта журнала «Дилетант») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 286–291.
14. Мунипов А. «Это как “Афиша”, только про Новгород XII века»: как делается проект «Арзамас» // Воздух.Афиша. URL: <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/technology/>

eto-kak-afisha-tolko-pro-novgorod-xii-veka-kak-delaetsya-proekt-arzamas/ (дата обращения: 17.01.2020).

15. Итоговое эссе: Форматы // Полевое исследование медиа. URL: <https://media.mail.ru/journalism/> (дата обращения: 17.01.2020).
16. Зыгарь М. «Я не хочу впаривать какие-то выводы» // Snob.ru. URL: <https://snob.ru/selected/entry/116494/> (дата обращения: 17.01.2020).
17. Материалы. Статьи и подкасты о русской литературе // Полка. URL: <https://polka.academy/materials> (дата обращения: 17.01.2020).
18. Святки. Умеете ли вы отдыхать с русским размахом? // Большой музей. URL: <https://svyatki.bm.digital/> (дата обращения: 17.01.2020).

REFERENCES

1. Itogovoe esse i entsiklopediya: nastoyashchee. *Polevoe issledovanie media*. Available at: <https://media.mail.ru/now/> (accessed: 17.01.2020).
2. Romanova A. Tishe edesh, dalshe budesh: chto takoe slownews. *Zhurnalst*. Available at: <https://jrnlst.ru/slow-news> (accessed: 17.01.2020).
3. Pulya V., Kornev M. Desyat trendov novykh media v 2016 godu. *MediaToolBox*. Available at: <http://mediatoolbox.ru/trends2016/> (accessed: 17.01.2020).
4. Nigmatullina K., Pulya V., Kornev M. Trendy novykh media-2020. *Zhurnalst*. Available at: <https://jrnlst.ru/trends2020> (accessed: 17.01.2020).
5. Karmalova E. Yu., Khankeeva A. A. Edyuteynment: ponyatie, spetsifika, issledovanie potrebnosti v nem tselevoy auditoria. *Vestn. Chelyabinskogo gos. un-ta*. 2016, No. 7 (389). *Filologicheskie nauki*. Iss. 101. Pp. 64–71.
6. Evdokimov V. A. Edyuteynment v massmedia: ot slozhnogo k prostomu. *Vestnik SPbGU*. Ser. 9. 2012, Iss. 1. Pp. 214–219.
7. Volkova I. I. Igrovye formaty multimediynoy zhurnalistiki. *Vestn. Rossiyskogo un-ta druzhby narodov*. Ser.: Literaturovedenie, Zhurnalistika. 2014, No. 1, pp. 105–111.
8. Meditsch E. Journalism as a way of knowledge: a Brazilian pedagogical experience, 1999. Available at: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-journalism-knowledge.pdf> (accessed: 17.01.2020).
9. Zhilavskaya I. V. Kachestvo zhurnalistiki kak mediaobrazovatel'naya problema. *Vestn. Volzhskogo un-ta im. V. N. Tatishcheva*. 2016, No. 3, Vol. 1, pp. 120–125.
10. Karpenko I. I., Lobanovskaya E. Yu. Geymifikatsiya v sovremennoy rossiyskoy internet-zhurnalistike. *Nauch. vedomosti Belgorodskogo gos. un-ta*. Ser.: Gumanitarnye nauki. 2019, Vol. 3, No. 2, pp. 263–269.
11. Fedotova N. A. Vozmozhnosti i riski geymifikatsii v mediynoy praktike. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2018, No. 4 (30), pp. 54–59.
12. Proskurina V. Yu. *Imperiya pera Ekateriny II: literatura kak politika*. Moscow: NLO, 2017. 256 p.
13. Yashina A. A. Analiz mediaobrazovatel'nogo potentsiala SMI (na primere sayta zhurnala "Diletant"). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2017, No. 4 (26), pp. 286–291.
14. Munipov A. "Eto kak 'Afisha', tolko pro Novgorod XII veka": kak delaetsya proekt "Arzamas". *Vozdukh.Afisha*. Available at: <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/technology/eto-kak-afisha-tolko-pro-novgorod-xii-veka-kak-delaetsya-proekt-arzamas/> (accessed: 17.01.2020).
15. Itogovoe esse: Formaty. *Polevoe issledovanie media*. Available at: <https://media.mail.ru/journalism/> (accessed: 17.01.2020).
16. Zygar M. "Ya ne khochu vparivat kakie-to vyvody". *Snob.ru*. Available at: <https://snob.ru/selected/entry/116494/> (accessed: 17.01.2020).

17. Materialy. Statyi i podkasty o russkoy literature. *Polka*. Available at: <https://polka.academy/materials> (accessed: 17.01.2020).
18. Svyatki. Umeete li vy otdykhat s russkim razmakhom? *Bolshoy muzey*. Available at: <https://svyatki.bm.digital/> (accessed: 17.01.2020).

Солдаткина Янина Викторовна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования Московского педагогического государственного университета

e-mail: yav.soldatkina@mpgu.su

Soldatkina Yanina V., ScD in Philology, Associate Professor, Professor, Journalism and Media Communications Department, Institute of Journalism, Communications and Media Education, Moscow Pedagogical State University

e-mail: yav.soldatkina@mpgu.su

Статья поступила в редакцию 23.01.2020

The article was received on 23.01.2020