

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра Журналистика и социология
(наименование)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Журналистика

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Цикл материалов о настольных играх в сетевом издании Молодежного
медиахолдинга «Есть talk!» (творческая работа)

Обучающийся

К.В. Дунаева

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, доцент, Л. В. Иванова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2024

Аннотация

Выпускная квалификационная работа «Цикл материалов о настольных играх в сетевом издании Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» (творческая работа)» посвящена разработке (по заданию редакции Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» Тольяттинского государственного университета) и реализации медиапроекта о настольных играх в контексте самообразования и личностного развития.

Актуальность авторского проекта обусловлена распространенностью настольных игр в разных сферах жизни человека: образовании, повышении квалификации, профессиональной переподготовке, психологии и психотерапии.

В первой главе «Технология разработки медиапроекта о настольных играх для сетевого издания» даны определения понятиям игра и настольная игра, рассмотрены их функции, описан процесс моделирования медиапроекта для сетевого издания.

Во второй главе описана концепция медиапроекта о настольных играх «Человек играющий», а также произведена авторская рефлексия.

В рамках авторского проекта «Человек играющий» создано четыре материала повышенной сложности. Спецификой материалов является привлечение большого количества экспертов из области психологии, психотерапии, игропрактики, а также представителей индустрии настольных игр и игрового сообщества из разных городов России и стран СНГ.

Список используемой литературы и источников включает 26 наименований.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Технология разработки медиапроекта о настольных играх для сетевого издания	7
1.1 Настольные игры как тематический сегмент дискурса СМИ.....	7
1.2 Моделирование авторского проекта: этапы и операции.....	14
Глава 2 «Человек играющий» – авторский проект в сетевом издании Молодежного медиахолдинга «Есть talk!».....	21
2.1 Концепция авторского проекта «Человек играющий»	21
2.2 Профессиональная рефлексия авторского проекта «Человек играющий».....	34
Заключение	38
Список используемой литературы и используемых источников.....	39

Введение

Игра – это «сложный многоуровневый феномен, онтологический укорененный в антропологической реальности и наделенный характеристикой субъективности» [24, С. 151]. В эпоху постмодернизма роль игр значительно возрастает. Игровые технологии активно используются в образовании, в повышении квалификации, в профессиональной подготовке, в психологии, в психотерапии и так далее. Возрастает популярность игрового формата в современных медиа.

Игра определяет существование человека и выполняет разные функции. Среди них можно выделить развлечение, коммуникацию и социализацию. Эти функции реализуются и через настольные игры, которые помогают человеку развиваться и адаптироваться к окружающей действительности. Настольные игры – это не только форма организации групповой досуговой деятельности, но и способ внедрения игровых технологий в разные сферы жизни человека. Они способствуют развитию личностных компетенций человека, поэтому их можно рассматривать не только как развлечение, но и как инструмент самообразования.

Все вышесказанное доказывает значимость настольных игр в жизни современного человека и необходимость обеспечения информационной поддержки данному виду деятельности.

От редакции Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» было получено творческое задание создать и реализовать на платформе медиахолдинга авторский проект о настольных играх.

Объектом выпускной квалификационной работы является авторский проект для сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» Тольяттинского государственного университета.

Предметом – авторский проект, посвященный настольным играм как инструменту самообразования и личностного развития человека.

Цель бакалаврской работы: разработать и реализовать концепцию авторского проекта о настольных играх для сетевого издания.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- систематизировать теоретический и практический материал об играх и настольных играх как тематическом направлении в дискурсе СМИ;
- разработать концепцию авторского проекта о настольных играх;
- в соответствии с концепцией проекта подготовить авторские материалы для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk!»», посвященные разным видам настольных игр;
- проанализировать цикл авторских материалов с точки зрения достижения цели и задач проекта, описанных в концепции.

Теоретико-методологическую базу выпускной квалификационной работы составили научные исследования в области игр и настольных игр в контексте развития профессиональных и личностных компетенций человека, способах освещения настольных игр в СМИ. Среди них Й. Хейзинга, Р. Кайуа, Е.П. Пашина, Д.Б. Эльконин, Э. Берн, Н.А. Асташова, С.К. Бондырева, О.С. Попова, С.В. Бусель, К.Л. Полупан, Н.В. Просвирина, Т.А. Колпакова, А.В. Колясникова, О.С. Твердохлебова, Н.А. Кузьменко и так далее.

Для реализации задач бакалаврской работы были использованы следующие методы: библиографический метод – для отбора научных и учебных источников по теме игр и настольных игр в частности; метод классификации – для деления настольных игр на виды и для их структурирования в авторском проекте; метод моделирования – для создания концепции авторского медиапроекта, посвященного настольным играм. Для оценки качества авторских текстов были использованы структурно-семантический, прагматический и жанровый анализы.

Эмпирической базой бакалаврской работы являются медиапроекты федеральных, региональных и городских СМИ: Inc. Russia, Spark, Forbes Russia, «РБК», «Ведомости», опубликованные в период с 2020 по 2024 годы. Публикации по запросу «настольные игры» в указанных массмедиа

рассматривались как аналоги продукта, созданного в рамках выпускной квалификационной работы.

Географические рамки бакалаврской работы ограничены Россией и странами СНГ.

Практическая значимость работы. Результаты, полученные в ходе выполнения выпускной квалификационной работы, могут быть использованы редакциями СМИ при создании контента о настольных играх, а также при разработке авторских тематических проектов. Материал бакалаврской работы может быть включен в учебный процесс студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Журналистика» и «Медиакоммуникации», для осмысления технологии создания авторских медиапроектов.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, две главы, заключение, список используемой литературы и источников. Во введении обосновывается актуальность темы работы, обозначаются предмет и объект исследования, ее цель и задачи; характеризуется теоретико-методологическая база и методы исследования; обозначаются эмпирическая база и практическая значимость исследования.

В первой главе выпускной квалификационной работы «Технология разработки медиапроекта о настольных играх для сетевого издания» рассматривается понятие настольные игры, их основные цели, задачи и функции, а также процесс моделирования авторского проекта. Во второй главе представлена концепция авторского медиапроекта «Человек играющий», а также приведены результаты анализа авторских материалов на предмет их соответствия концепции.

В заключении подводятся итоги проделанной работы в рамках создания и реализации авторского медиапроекта о настольных играх «Человек играющий», характеризуется практическая значимость проекта. Список используемой литературы и источников включает 26 наименований.

Глава 1 Технология разработки медиапроекта о настольных играх для сетевого издания

1.1 Настольные игры как тематический сегмент дискурса СМИ

Феномен игры рассматривается учеными из разных областей. Первыми научными исследованиями об играх считаются труды Й. Хейзинги. Он рассматривает игру как философскую категорию и утверждает: «Игра – это функция, которая исполнена смысла. В игре вместе с тем играет нечто, выходящее за пределы непосредственного стремления к поддержанию жизни, нечто, вносящее смысл в происходящее действие. Всякая игра что-то значит. Назвать активное начало, которое придает игре ее сущность, духом – было бы слишком; назвать же его инстинктом – было бы пустым звуком. Как бы мы его ни рассматривали, в любом случае эта целенаправленность игры являет на свет некую материальную стихию, включенную в сущность игры» [22, С. 28]. Эти фундаментальные представления об игре были конкретизированы и дополнены социологами, психологами и педагогами.

Игра для человека – это самый доступный инструмент познания окружающей действительности с ее особенностями, правилами и закономерностями. Исследователи сходятся во мнении, что игра является процессом, интегрированным в жизнь человека, но в то же время имеющим четкие границы, которые разделяют игровое пространство и реальность. Р. Кайуа рассматривает феномен игры как социологической категории и отмечает: «Игра – это занятие по сути своей обособленное, тщательно изолированное от остальной жизни и обычно осуществляемое в строго определенных временных и пространственных рамках. У игры бывает свое пространство – в зависимости от разных игр это могут быть начерченные на земле «классы», шахматная или шашечная доска, стадион, беговая дорожка, площадка для рыцарского турнира, ринг, сцена, арена и так далее. Здесь не принимают в расчет ничего происходящего по ту сторону границы» [11, С. 46].

Опираясь на это определение, можем сделать вывод, что игра – это некая дополнительная реальность, которая подчиняется особым правилам и законам. Именно они определяют и регулируют деятельность, которую человек совершает в процессе игры.

Изучением игр с точки зрения психологии занимались Э. Берн, Е.П. Пашина, Д.Б. Эльконин, Н.А. Асташова, С.К. Бондырева, О.С. Попова и многие другие.

Согласно научным трудам ученых, для ребенка игра является самым понятным и доступным способом познакомиться с окружающим миром. Взрослый же человек, возвращаясь к привычкам своего детского «Я», продолжает активно внедрять игровые процессы в жизнь. Исследователь Е.П. Пашина утверждает: «Игра – это вид деятельности в условиях ситуации, направленных на воссоздание и усвоение общественного опыта, в котором складывается и совершенствуется самоуправление поведением» [14, С. 3].

Игра – это широкое понятие, которое включает в себя не только способ организации досуговой деятельности, но и аспекты повседневности, а также коммуникацию с целью получения определенных результатов. Психолог Д.Б. Эльконин утверждает: «В содержании игры выражено более или менее глубокое проникновение ребенка в деятельность взрослых людей: оно может отражать лишь внешнюю сторону человеческой деятельности – только то, с чем действует человек, или отношения человека к своей деятельности и другим людям, или, наконец, общественный смысл человеческого труда» [24, С. 20]. Подробнее о специфике игры говорит Э. Берн: «Это набор повторяющихся транзакций, внешне благовидных, с замаскированной мотивацией, или, если перевести на человеческий язык, – серия ходов, содержащих скрытую ловушку или подвох. Игры четко отличаются от процедур, ритуалов и времяпровождения двумя важнейшими признаками: 1) скрытыми мотивами и 2) наличием «выигрыша», конечного вознаграждения, ради которого ведется игра» [3].

Игра – это осмысленная деятельность, которая ставит перед человеком определенную цель и предоставляет необходимые инструменты. Специфика результата игры определяется условиями игрового процесса. Как мы уже говорили ранее, даже такие обыденные действия, как коммуникация с другими людьми, является одной из форм игры. Результатом в данном случае станет получение необходимой информации.

В классическом представлении термин игра синонимичен развлечению, однако исследователи Н.А. Асташова, С.К. Бондырева и О.С. Попова предлагают разделять эти понятия следующим образом: «Игра – это процесс, который демонстрирует возможности работы; развлечения – это состояние, которое вызывает восторг и одновременно подразумевает ответственность» [2].

Вышеизложенные факторы обосновывают распространенность игровых форматов в учебном процессе. Игры используются везде: в учреждениях общего образования, профессионального образования, дополнительного образования и профессионального обучения. Также игры являются распространенным способом реализации корпоративных тренингов.

Подробнее о внедрении игровых технологий в неигровые условия говорят ученые, изучающие феномен игры в контексте педагогики и образования. Согласно исследованию С.В. Буселя и К.Л. Полупан, «в XXI веке игра как таковая в образовательной среде – всепоглощающее явление, которое так или иначе внедряется как в организационные, так и в содержательные процессы в системе образования. Этот процесс распространения игры на различные сферы в образовании (педагогическая, организационно-управленческая) и следует рассматривать как игрофикацию» [4, С. 240].

Исследователь Н.В. Просвирина рассматривает функции игры, которые реализуются в условиях организационно-управленческой среды:

- «подбор и отбор сотрудников (использование игровых технологий помогает фильтровать кандидатов на этапе собеседования);
- адаптация персонала в неформальной обстановке;

- мотивация сотрудников через привлечение бонусов, получаемых во время игрового процесса (полученные в игре бонусы могут быть конвертированы в материальное вознаграждение);
- повышение результативности обучения, а также обеспечение всех сотрудников оперативной связью по результатам деятельности;
- развитие корпоративной культуры и создание здоровой конкуренции в коллективе;
- сплочение команды через улучшение качества коммуникации, объединение сотрудников общей идеей, выявление лидеров в той или иной области» [17, С. 281].

Опираясь на предложенные Н.В. Просвириной функции, мы можем выявить отличительные особенности использования игры в условиях организационно-управленческой среды. В данном случае это командообразование, которое выражается в объединении коллектива общей идеей, и мотивация сотрудников для поднятия производительности труда. Также использование игр в деятельности компаний позволяет оценить степень компетентности сотрудника в той или иной области, что помогает при распределении задач внутри рабочей группы.

Ученый А.А. Шатилова изучает особенности использования игровых технологий в образовательном процессе. Научная работа посвящена изучению иностранных языков в группе взрослых обучающихся. Для учеников дошкольного и школьного возраста игра является знакомым и понятным форматом получения и усвоения новой информации, однако в случае взрослых обучающихся внедрение игры в образовательный процесс осложняется приемлемостью конкретных игровых технологий.

Чтобы выявить специфику использования игры в образовании, мы ознакомились с перечнем функций, которые предлагает А.А. Шатилова, и исключили из него те, которые повторяются в научной работе Н.В. Просвириной:

- «обучающая (наличие цели и сценария по ее достижению, распределение ролей между участниками);
- диагностическая (проверка знаний обучающихся, поиск ошибок и разработка плана по их проработке);
- коррекционная (сильные обучающиеся положительно влияют на слабых обучающихся);
- развлекательная или релаксационная (отдых от традиционных форматов обучения);
- терапевтическая (игра помогает в преодолении сложностей, возникающих при освоении предмета);
- функция самореализации» [25, С. 61]:

Опираясь на функции, которые выполняются при внедрении игровых технологий в изучение конкретного предмета и деятельность организационно-управленческой среды, можно выделить несколько функций, универсальных для любого образовательного процесса и организационно-управленческой среды:

- коммуникационная;
- мотивирующая;
- образовательная;
- диагностическая;
- коррекционная.

Настольным играм присущи особенности, которые позволяют нам рассматривать их как отдельную разновидность игровой деятельности человека. Ученый Т.А. Колпакова дает следующее определение этому понятию: «Настольные игры представляют собой игры для нескольких человек или команд по четко определенным правилам с использованием специальных игровых атрибутов, которые размещаются на локальной поверхности. В качестве специальных атрибутов в настольной игре могут применяться специальные фишки, карточки, кубики, миниатюрные фигурки игроков или инвентаря, составные или цельные игровые специальные поля и

карты действий». [11, С. 65]. Исследователь А.В. Колясникова также добавляет к этому перечню такую особенность, как очередность действий, производимых игроками [12, С. 718].

Настольные игры являются одним из наиболее популярных способов внедрения игр в образовательные и организационно-управленческие сферы. Исследователи О.С. Твердохлебова и Н.А. Кузьменко подчеркивают следующую особенность: «Применение настольных игр и головоломок значительно активизирует сенсорный канал восприятия, познавательные, творческие способности и может служить эффективным средством развития мыслительной деятельности» [19, С. 2].

Говоря о практической значимости настольных игр для человека, стоит указать, чем они отличаются от классических игр. Об этом говорят ученые Н.Г. Салмина и И.Г. Тиханова: «Игры с правилами, включая и настольные игры, существенно различаются между собой по содержанию, структуре, развиваемым или формируемым качествам. Известно, что в подвижных играх с правилами, направленных на развитие моторики, как и в настольных играх, ставящих целью формирование конкретных учебных навыков, умений, требуется ограничение свободы действий, самостоятельности, творчества, воображения. Вместе с тем нельзя отрицать, что даже в таких условиях жесткого выполнения правил и ограничения свободы формируются умения (например, умственный план действия), которые могут быть полезны и необходимы для работы воображения и творчества» [18, С. 30].

Научная работа И.В. Подорожной раскрывает особенности применения игр педагогами следующим образом: «Настольные игры – это готовый инструмент работы педагога-психолога; диагностическое средство; потенциал, позволяющий в игровой форме достигать развивающих и коррекционных результатов; увлеченность, радость, отвлечение от учебной деятельности и расслабление» [16, С. 2]. Исследователь также перечисляет следующие развивающие функции настольных игр:

- «развитие эмоционального интеллекта, психологической устойчивости и логики;
- развитие ассоциативного мышления;
- положительное воздействие на социализацию детей и взрослых;
- формирование коммуникативных навыков» [16, С. 3].

С 1997 года СМИ стали проявлять интерес к играм. Первым российским мультиплатформенным изданием на эту тему стал журнал «Игромания», который специализировался на консольных и компьютерных играх. Следуя примеру «Игромании», во многих СМИ, не специализирующихся на играх, был опубликован ряд тематических проектов, в которых информационная поддержка обеспечивалась культурно-образовательным и коммуникативным ресурсам игр.

Таким образом, настольные игры интересуют журналистику как деятельность, направленная на воссоздание и усвоение общественного опыта, в котором складывается и совершенствуется самоуправление, развиваются определенные навыки, а также как инструмент самообразования и личностного развития человека. Настольные игры способствуют развитию различных компетенций участников игрового процесса, а также положительно влияют на их психоэмоциональное состояние, оказывая терапевтический эффект. Настольные игры активно используются в образовательном процессе, поскольку внедрение игровых технологий в неигровой контекст – один из самых действенных способов получения и усвоения информации. Они широко распространены в качестве инструмента обучения сотрудников крупных компаний и психотерапии. Говоря о терапевтическом эффекте настольных игр, стоит отметить, что их цель – не заменить, а расширить методы личностного самосовершенствования. Их можно использовать как для получения новых навыков, так и для рефлексии, то есть оценки и осмысления уже имеющегося опыта.

1.2 Моделирование авторского проекта: этапы и операции

Чтобы понять, чем является авторский проект о настольных играх, обратимся к понятию медиапроект. Медиапроектом является «временная структура, предназначенная для создания медиапродуктов, выполнения работ и оказания услуг в медиасфере, а также для создания новых и реорганизации существующих медиаорганизаций» [15, С. 137]. Исследователи И.В. Никишин и Е.С. Долгина дополняют и конкретизируют это определение следующим образом: «Медиапроект рассматривается как вид медиаискусства, то есть искусства, произведения которого создаются и представляются с помощью современных информационно-коммуникационных (или медиа) технологий, преимущественно таких как видео, компьютерные и мультимедиа технологии, интернет» [13, С. 478].

Опираясь на вышеизложенные определения и выведенные ранее понятия, можем утверждать, что авторский проект о настольных играх – это медиапродукт, реализованный в качестве цикла материалов, раскрывающих особенности феномена настольных игр и их роли в жизни человека.

Первым шагом в создании авторского проекта является моделирование концепции будущего медиапродукта. Исследователи И.М. Дзялошинский и М.И. Дзялошинская рассматривают разные трактовки термина концепция и предлагают свое определение: «Концепция – это генеральный замысел, руководящая идея, в соответствии с которой создается и выпускается определенное СМИ» [7, С. 7].

Как отмечают ученые, генеральный замысел, то есть концепция, существует в виде специального документа, состоящего из трех частей:

- «миссии, декларирующей предназначения издания;
- программы издания, которая дает полное представление о классификационных признаках газеты или журнала;

- комплекса моделей издания – содержательной, оформительской и организационной, – представляющего собой стратегическую проработку основных параметров издания» [6, С. 7].

Авторский проект о настольных играх реализуется на платформе Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». В данном СМИ уже были отдельные публикации на тему настольных игр, однако автор создает цикл материалов о разных видах настольных игр и их влиянии на развитие личностных компетенций человека. Поэтому можно утверждать, что подобный проект создается впервые и нуждается в создании оригинальной модели.

Моделирование авторского проекта о настольных играх производится с опорой на методическое пособие В.Л. Иваницкого «Основы бизнес-моделирования». Стоит отметить, что данный научный труд раскрывает особенности создания СМИ, однако авторский проект реализуется в качестве рубрики на базе уже существующего СМИ. Поэтому исследование будет использовано для создания концепции, которая будет соответствовать политике издания.

В.Л. Иваницкий отмечает: «В ситуации создания СМИ его моделью выступает «пилот» – «нулевой номер», бета-версия, «пилот программы», а моделью будущего предприятия массмедиа выступает инициативная группа в форме ВТК (временного трудового коллектива)» [8, С. 46]. При подготовке «пилота», то есть готового продукта, необходимо иметь конкретные представления о:

- «ключевой идее СМИ, его миссии;
- основных типологических характеристиках;
- бизнес-стратегии предприятия массмедиа, на базе которого будет работать СМИ;
- базовым типе коммуникации, на основе которого будет строиться работа с аудиторией СМИ;

- принципах редакционной политики (работе с фактами, границах интерпретаций);
- политике работы с рекламодателем» [8, С. 45].

Изучение всех аспектов существования СМИ – начальный этап разработки. В.Л. Иваницкий определяет это как «нулевой этап», а также поясняет: «На «нулевой» этап инициаторы проекта должны выходить подготовленными методологически: с продуманной концепцией, с ясным представлением о типе СМИ, о его формате и бизнес-стратегии, с оформленной в ВТК инициативной группой, имеющей компетентного лидера, с соответствующим стартапу финансированием от инвестора» [8, С. 46]. Без проведения вышеупомянутых операций невозможно грамотное существование СМИ, а следовательно – подготовка и распространение медиапродукции.

Когда формируется четкое понимание специфики СМИ, начинается первый этап моделирования интегрального бизнес-процесса. На данной стадии необходимо определиться, как выглядит регулярный менеджмент и какие функции выполняет каждый сотрудник. В.Л. Иваницкий отмечает, что по завершении этого этапа должен получиться «документ, который может иметь форму концепта штатного расписания проекта, включающего исчерпывающий список штатных единиц, сгруппированных в разделы в соответствии с выявленными бизнес-процессами, с кратким описанием их функционала» [8, С. 49]. При разработке авторского проекта о настольных играх данный этап реализуется в виде распределения обязанностей между сотрудниками Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». Автор отвечает за подготовку материала, редактор вносит необходимые правки, а технический специалист размещает публикацию на сайте. Четкое понимание функций, выполняемых каждым участником процесса подготовки и выпуска авторского проекта, упрощает коммуникацию внутри творческого коллектива.

Следующим этапом моделирования СМИ является «правовое обеспечение интегрального бизнес-процесса всеми необходимыми типами

документов и инструкций, на основании которых будет осуществляться работа потенциального предприятия массмедиа» [8, С. 50]. Среди них можно выделить следующие: устав редакции, концепция СМИ, формат СМИ, положение о подготовке программы для электронного СМИ, нормы и правила корпоративного поведения и так далее. Наличие необходимой документации обеспечивает гармоничное существование СМИ. При подготовке авторского проекта о настольных играх также необходимо опираться на закрепленные положения, чтобы создаваемая медиапродукция коррелировалась с политикой издания, его целями и задачами.

Согласно теории В.Л. Иваницкого, третьим этапом создания СМИ является «доформирование ВТК специалистами, необходимыми для создания «пилота» СМИ» [8, С. 50]. На этом этапе у временного творческого коллектива, задействованного в создании и реализации авторского проекта о настольных играх, появляется возможность расширить команду дополнительными кадрами с необходимыми компетенциями. Помимо перечисленных ранее участников творческого процесса это могут быть специалисты, имеющие опыт внедрения инфографики в публикации на сайте Молодежного медиахолдинга «Есть talk!», или художники, способные обеспечить журналистский материал соответствующими тематике проекта публикациями.

В качестве четвертого процесса В.Л. Иваницкий описывает запуск корпоративной информационной системы (КИС). Как утверждает исследователь, «чем больше процедур, операций удастся описать на этапе «пилота» и оцифровать их на базе интранета (корпоративного Интернета), тем успешнее продвинется проект по пути моделирования интегрального бизнес-процесса» [8, С. 51].

Во время создания и реализации авторского проекта наличие КИС может упорядочить и автоматизировать многие процессы, необходимые для подготовки пилотного выпуска. Развитая корпоративная информационная

система помогает команде четко понять все функции и операции, выполняемые отдельными участниками проекта.

Также В.Л. Иваницкий добавляет: «Интранет впоследствии должен сыграть роль технического задания для ERP-системы (Enterprise Resource Planning System) – программы планирования ресурсов предприятия, в которую будет перенесен успешный опыт первого выпуска» [8, С. 51].

Пятым этапом является запуск интернет-версии пилота. В.Л. Иваницкий отмечает: «Чтобы подготовить и запустить интернет-сайт СМИ, больших затрат не нужно, а публикация на нем ряда материалов предполагаемого СМИ может сыграть важную роль в формировании аудитории, в установлении с ней конвенциональных коммуникаций» [8, С. 51]. Для сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!», на базе которого создается и реализуется авторский проект о настольных играх, данный этап является заключительным. Прежде всего, публикация пилотного выпуска поможет проинформировать аудиторию о появлении нового авторского проекта. Также завершение пятого этапа позволит провести профессиональную рефлексию, чтобы оценить, насколько заявленная тема оказалась интересна для читательской аудитории.

В качестве шестого и заключительного этапа В.Л. Иваницкий описывает выпуск пилота. Как уже было сказано ранее, для сетевого издания процесс создания авторского проекта заканчивается на пятом этапе, то есть публикации интернет-версии первого материала. В данном случае речь идет о печатных форматах СМИ. Исследователь поясняет: «После выхода «пилота» оценивается уровень реализации бизнес-концепции СМИ: насколько успешно удалось выявить, идентифицировать аудиторию СМИ и насколько интересна она оказалась рекламодателям» [8, С. 50].

В случае авторского проекта о настольных играх, реализуемого на базе сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!», работа с рекламодателями не предусмотрена. Медиапроект выпускается на некоммерческой основе в рамках редакционного задания. Поскольку его

создание не предполагает финансовых затрат, творческая команда не нуждается в инвестициях. Стоит отметить, что привлечение оплачиваемых специалистов извне возможно только в том случае, если автор медиапроекта видит необходимость в иллюстрациях, выполненных художниками. Все финансовые издержки автор также берет на себя.

Теоретические положения В.Л. Иваницкого позволяют нам выделить несколько параметров, которые должны быть рассмотрены при создании концепции и реализации авторского проекта о настольных играх на базе Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». Соблюдение каждого перечисленного пункта обосновывает уместность авторского проекта в конкретном издании, а также позволяет еще на стадии разработки определить заинтересованность читательской аудитории в освещаемой теме:

- основные типологические характеристики издания, на площадке которого будет выпускаться авторский проект о настольных играх;
- стратегия сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!»;
- базовые принципы взаимодействия с аудиторией;
- основные параметры целевой аудитории издания;
- ключевая идея медиапроекта, миссия, а также цели и задачи авторского проекта;
- график работы над авторским проектом и структура материалов.

Выводы первой главы.

Под настольными играми мы понимаем форму организации групповой деятельности, направленную на усвоение общественно значимого опыта и приобретение новых навыков. Настольные игры делятся на виды, среди которых можно выделить следующие: настольные детективные игры, настольные ролевые игры, настольные психологические и трансформационные игры, настольные стратегические игры. Каждый перечисленный вид обладает своей уникальной спецификой и оказывает

разное влияние на игрока. В связи с этим необходимо определить, какие запросы людей способны удовлетворить разные настольные игры.

При разработке концепции авторского проекта о настольных играх в качестве методологической базы может быть использована технология проектирования СМИ, адаптированная под разработку медиапроектов. Данный процесс включает шесть этапов для печатных СМИ и пять для сетевых. Перед разработкой концепции авторского проекта о настольных играх необходимо произвести анализ ситуации, то есть определить сегмент целевой аудитории, специфику информационных запросов, уровень конкуренции в тематическом дискурсе. Полученные результаты помогут выработать оригинальную идею и проверить ее жизнеспособность. Концепция медиапроекта включает миссию и целевую направленность контента, а также описание содержательной, жанрово-форматной и технологической модели. В соответствии с моделями создаются журналистские материалы. Тематический авторский проект представляет собой цикл публикаций, объединенных общей темой и авторской стратегией.

Глава 2 «Человек играющий» – авторский проект в сетевом издании Молодежного медиахолдинга «Есть talk!»

2.1 Концепция авторского проекта «Человек играющий»

Согласно исследованию В.Л. Иваницкого, первым этапом создания концепции авторского проекта является типологический анализ СМИ, в котором будут размещены публикации. В данном случае площадкой выступит сетевое издание Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». Типологический анализ базовой платформы медиапроекта требует интеграции теоретико-типологического метода, разработанного профессором А.И. Акоповым [1], и алгоритма анализа сетевых СМИ, предложенного профессором Е.Л. Вартановой [5].

Учредителем сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» является федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет» (сокращенное наименование ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»).

Согласно общим положениям, функции редакции заключаются в «участии в разработке концепции и осуществлении информационной политики, сборе, обработке, написании текстов и формировании выпуска сетевого издания» [20]. Также обратимся к целям, которые ставит перед собой редакция:

- «осуществление деятельности в целях удовлетворения общественных потребностей читателей;
- обеспечение культурно-просветительской, познавательной и воспитательной функции СМИ» [20].

Медиапроект раскрывает тему настольных игр в контексте самообразования и личностного развития, следовательно, направлен на реализацию познавательной, воспитательной, культурно-образовательной

функций. Его цели соответствуют миссии и цели сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!».

Также обратимся к основным задачам редакции, закрепленным в общем положении:

- «обеспечение конституционного права читательской аудитории СМИ на информацию путем оперативной публикации сообщений и материалов о деятельности Тольяттинского государственного университета, образовательных учреждений, молодежных организаций и объединений, органов власти г. о. Тольятти;
- содействие развитию информационных, культурных и иных связей Тольяттинского государственного университета с другими социальными институтами;
- информирование о научной, учебной и внеучебной деятельности Тольяттинского государственного университета среди учащихся старших классов – выпускников школ;
- поиск, получение информации, производство и распространение СМИ;
- всестороннее и объективное освещение, оперативное и независимое информирование читателей» [20].

Материалы проекта «Человек играющий» будут последовательно реализовывать задачу связи Тольяттинского государственного университета с другими социальными институтами. Этот аспект проявится в изучении настольных игр как средства самообразования и развития личностных компетенций с выходом на исторический и культурологические контексты.

В состав Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» входят следующие подразделения: телевизионная редакция «Толк ТВ», радиоредакция «Толк радио», редакции газет «Тольяттинский университет» и «Speechka», три звукозаписывающие студии, редакции сайтов tltsu.ru и talk-on.ru и пресс-служба.

Для размещения авторского проекта о настольных играх был выбран сайт talk-on.ru. Сайт не только предоставляет возможность интеграции необходимых мультимедийных элементов, помогающих в создании полноценного медиапроекта, но и позволяет размещать публикации неограниченного объема. Это является важным критерием для комплексного рассмотрения выбранной темы в журналистском материале.

Целевой аудиторией сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» являются студенты и сотрудники Тольяттинского государственного университета, а также школьники и жители города Тольятти и Самарской области от 16 лет.

Рассмотрим содержательное наполнение сайта talk-on.ru. Журналистские материалы распределяются по рубрикам, среди которых можно выделить следующие:

- «Толкновости» – заметки о событиях Тольяттинского государственного университета, города Тольятти и Самарской области;
- «Научпоп» – материалы о достижениях в области науки;
- «Учись как надо» – материалы о студентах и сотрудниках Тольяттинского госуниверситета, обучающие материалы;
- «С места в карьеру» – материалы, посвященные реализации студентов и выпускников Тольяттинского госуниверситета в выбранной профессии;
- «Слово школам» – журналистские материалы, подготовленные школьниками города Тольятти;
- «Спецпроекты» – рубрика с тематическими авторскими проектами;
- «Анонсы» – короткие материалы, информирующие читательскую аудиторию о мероприятиях, проходящих на базе Тольяттинского госуниверситета, а также в Тольятти и Самарской области.

Принимая во внимание специфику вышеупомянутых рубрик, мы можем сделать вывод, что для размещения авторского проекта о настольных играх

больше всего подходит рубрика «Спецпроекты». Медиапроект призван удовлетворить запросы целевой аудитории через выполнение целей и задач, прописанных в уставе редакции Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». Стоит внести ремарку, что публикации размещаются на сайте talk-on.ru с ежедневной периодичностью.

Среди журналистских материалов, размещенных на сайте talk-on.ru, уже были публикации на тему настольных игр. В основном они посвящены настольным играм, которые разрабатываются студентами и сотрудниками Тольяттинского госуниверситета. Отдельное внимание стоит уделить публикации, где поднимался вопрос «Почему настольные игры так популярны?». Разрабатывая концепцию авторского проекта о настольных играх, мы принимаем к сведению наличие публикации на аналогичную тематику, однако привносим в концепцию новые элементы, позволяющие создать уникальный цикл материалов. Особенностью авторского проекта о настольных играх станет привлечение большого количества компетентных комментаторов из числа игрового сообщества, а также психологов, психиатров и игропрактиков, которые объяснят принцип влияния настольных игр на саморазвитие человека. Кроме того, каждый материал авторского проекта, связанный между собой общей идеей или миссией, будет посвящен конкретному виду настольных игр.

Для выявления заинтересованности целевой аудитории Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» в публикациях на тему настольных игр в контексте самообразования был проведен опрос. В качестве респондентов выступили жители России разного возраста и социального положения. Всего в опросе насчитывается 71 ответ.

Среди опрошенных 76,1% – это женщины, а 23,9% – мужчины. Самый большой процент (91,5%) приходится на молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет. Дополнительно респонденты ответили на вопросы, связанные с конкретными аспектами настольных игр: «С каким количеством настольных игр вы знакомы?», «Каким настольным играм вы отдаете предпочтение?»,

«Интересна ли вам тема настольных игр в СМИ?», «Как часто вы видите в СМИ публикации, посвященные теме настольных игр?», «Интересна ли вам тема настольных игр в контексте личностного развития и самообразования?», «С какими из перечисленных видов настольных игр вы знакомы меньше всего?», «Интересно ли вам узнать специфику каждого перечисленного вида настольных игр?», «Знакомы ли вы с историей возникновения разных видов настольных игр?».

Благодаря проведенному опросу была выявлена степень заинтересованности аудитории в освещении темы настольных игр с точки зрения самообразования и личностного развития человека. Например, на вопрос «Интересна ли вам тема настольных игр в контексте личностного развития и самообразования?» положительно ответило 93% опрошенных. Также можно утверждать, что аудитория заинтересована в публикациях на тему настольных игр как таковых.

Итоги опроса подтверждают актуальность разработки и реализации авторского проекта о настольных играх на базе сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». Востребованность материалов на подобную тематику также обусловлена состоянием рынка настольных игр в России.

Отечественный рынок настольных игр считается молодым, однако разные ученые отмечают положительные тенденции и указывают на значительные темпы роста. В 2018 году на основании оценки DISCOVERY Research Group исследователи Е.Н. Герасикова, Е.Н. Родина и Г.А. Шпакова выяснили, что в 2014 году объем продаж настольных игр составлял 5,8 млрд. руб., в 2017 – 9,1 млрд. руб. [6, С. 58]. Чтобы оценить актуальное состояние рынка настольных игр, мы обратились к публикации газеты «Ведомости» от 15 марта 2023 года. Согласно предоставленной информации, пиковый темп роста пришелся на период 2019-2021 годов и ежегодно составлял в среднем 30-67%. В 2022 году рост рынка настольных игр замедлился и составил лишь 12,8%, увеличившись до 22 млрд. руб. Дать оценку состоянию рынка

настольных игр в 2023-2024 году невозможно ввиду отсутствия конкретных данных о продажах по России.

Кроме дистрибьюторской деятельности и разработки собственной продукции, отечественные магазины настольных игр также выполняют специальные заказы от крупных компаний. Например, в 2015 году корпоративными клиентами компании «Мосигра» были «Мегафон» и «Toyota» [21, С. 95]. Полученные настольные игры использовались заказчиками для обучения сотрудников. Это еще раз подтверждает распространенность игровых технологий в деятельности организационно-управленческой среды, о чем мы уже говорили ранее.

Настольные игры используются не только в качестве способа организации досуга, но и в образовательных, а также терапевтических процессах. С ростом популярности данной темы возрастает и роль медиакоммуникации и непосредственно СМИ в освещении данной темы.

Для создания качественного и уникального авторского проекта о настольных играх нами был произведен анализ аналогов, то есть тематических изданий, медиапроектов и отдельных журналистских материалов о настольных играх.

Игры как элемент дискурса в СМИ – обширное направление, которое затрагивает многие разновидности игр. Среди них можно выделить следующие: компьютерные игры, настольные игры, психологические игры (включая смежные с ними трансформационные игры), ролевые игры живого действия и так далее.

Стоит внести ремарку, что многие из этих разновидностей игр синкретичны по своей природе, так как заимствуют некоторые игровые технологии, присущие другому виду игр. Например, механики настольных игр становятся все более частым явлением в компьютерных играх. Одним из наиболее успешных проектов последнего десятилетия можно считать компьютерную игру Baldur's Gate III от компании Larian Studios, которая вышла 3 августа 2023 года. Baldur's Gate III основана на настольной ролевой

игре Dungeons & Dragons. Также она полностью заимствует механику бросков игральных костей-многогранников из оригинальной игровой системы, которые определяют успех или неудачу совершаемого действия. Это только один из примеров, где один формат игры заимствует принципы и правила другой.

Из этого можно сделать вывод, что публикации, посвященные конкретному виду игр, так или иначе затрагивают специфику другого. Например, при освещении компьютерных игр, созданных на основе настольных ролевых игр, так или иначе упоминаются настольные игры как источник вдохновения или некоторых внутренних механик. Данный принцип распространяется и на публикации, посвященные психологическим играм. Настольные игры являются одной из наиболее частых форм реализации психологических тренингов.

Игровую нишу в СМИ в основном занимают публикации, посвященные компьютерным играм. Самым популярным изданием в этой тематике долго оставался упомянутый ранее журнал «Игромания». Исследователи А.Л. Коданина и Е.Д. Петрова отмечают: «Печатная версия журнала просуществовала 21 год [начиная с 1997 года]. За это время он зарекомендовал себя как самый крупный журнал об играх не только в России, но и в Европе – максимальный тираж составил 240 498 экземпляров» [10, С. 64]. Однако последние несколько лет аудитория отдает предпочтение сетевым медиа, пишущим об играх и всем, что с ними связано. В 2021 году согласно статистике, предоставленной платформой PRNEWS.IO Research, самым посещаемым онлайн-медиа стал портал PlayGround.ru. За год пользователи посетили страницу сайта около 163 млн. раз. Среди других медиа-ресурсов, освещающих тематику игр, также можно отметить GameMAG, StopGame.ru и DTF.

Настольные игры освещаются в СМИ гораздо реже. Это отражается также и на количестве изданий, посвященных данной тематике. Нами были

проанализированы самые известные СМИ и сетевые порталы о настольных играх, в число которых вошли как зарубежные, так и отечественные издания.

Самым известным интернет-порталом о настольных играх считается англоязычный BoardGameGeek.com [26]. Посещаемость сайта была проанализирована через сайт SimilarWeb, предоставляющий услуги веб-аналитики. По данным SimilarWeb на май 2024 года, BoardGameGeek.com посещает 15,8 млн. пользователей в месяц. Общее количество страниц за визит насчитывает 7,89, а средняя продолжительность сеанса – 6 минут 7 секунд. BoardGameGeek.com обзорекает новости на рынке настольных игр, анализирует новинки и публикует подкасты с участием известных разработчиков настольных игр.

В России позицию самого известного портала о настольных играх занимает «Тесера» [23]. Чтобы проанализировать трафик посещений сайта, мы также обратились к SimilarWeb. На май 2024 года количество уникальных пользователей «Тесеры» равняется 817 тыс. в месяц. Общее количество страниц за визит насчитывает 4,29, а средняя продолжительность сеанса – 3 минуты 59 секунд. «Тесера» также обзорекает новости на рынке настольных игр и публикует обзоры.

Обзор медиа-ресурсов о настольных играх ограничивается перечисленными источниками, поскольку они являются самыми крупными и содержательно наполненными, а также наиболее полно отражают состояние настольных игр в современном медиа-пространстве. В дополнение нами были изучены медиапроекты федеральных, региональных и городских СМИ о настольных играх. Среди них: Inc. Russia, Spark, Forbes Russia, «РБК» и «Ведомости». Поскольку данные СМИ рассчитаны на массовую аудиторию, настольные игры упоминаются только в информационной повестке, но их специфика (и в частности влияние на человека) остается малоизученной.

Итак, в современном дискурсе СМИ настольные игры остаются явлением, которому уделяется намного меньше внимания на контрасте с другим популярным форматом игр – компьютерными играми. Однако

активное развитие рынка настольных игр провоцирует необходимость создания актуального медиапродукта, выполняющего просветительскую функцию. Проведя анализ ряда публикаций о настольных играх, мы выделили главное направление для создания медиапроекта о настольных играх – их влияние на человека. Акцент на этой теме позволит создать уникальный медиапродукт, реализующий культурно-просветительскую функцию.

В авторском проекте о настольных играх нами будут изучены и рассмотрены конкретные виды настольных игр, а именно:

- настольные детективные игры;
- настольные ролевые игры;
- настольные психологические и терапевтические игры;
- настольные стратегические игры.

Название авторского проекта «Человек играющий» отсылает к фундаментальному исследованию историка и культуролога Й. Хейзинги «Homo ludens» (с лат. «Человек играющий»). В названии заложена основная мысль: человек играет на протяжении всей жизни – в детстве, юношестве, зрелости и старости, меняется только масштаб игры и ее условия. Именно благодаря игре человек знакомится с окружающим миром и находит свое место в нем. Игры используются не только как способ организации досуговой деятельности, но и как полезный инструмент, позволяющий человеку развивать свои личностные компетенции и самосовершенствоваться. Настольные игры, о которых идет речь в авторском проекте, являются одной из самых распространенных форм игры в жизни человека. Повсеместность использования делает настольные игры популярным явлением.

Миссия проекта. Миссия авторского медиапроекта заключается в формировании у аудитории интереса к теме настольных игр через знакомство с разными видами настольных игр и их влиянием на развитие личностных компетенций.

Цель медиапроекта: формировать у аудитории понимание феномена настольных игр как инструмента самообразования и личностного развития.

Целевая аудитория: соответствует целевой аудитории сетевого СМИ, на базе которого создается и реализуется авторский проект о настольных играх. Публикации рассчитаны на молодых людей в возрасте от 16 до 25 лет, заинтересованных в теме настольных игр.

Авторский проект призван выполнить следующие функции:

- информационную, которая заключается в предоставлении аудитории необходимой фактологической информации о настольных играх;
- культурно-образовательную, направленную на расширение представлений аудитории об истории, современном состоянии индустрии настольных игр, а также об их социальном и коммуникативном потенциале, возможностях воздействия на самообразование и саморазвитие личности;
- досуговую, которая реализуется через побуждение аудитории к организации полезной досуговой деятельности;
- имиджевую, проявляющуюся через формирование положительного отношения к играм как инструменту социально-коммуникативной, культурно-образовательной деятельности и способу организации полезного досуга.

Для реализации этих функций в авторском проекте о настольных играх необходимо решить следующие задачи:

- систематизировать сведения о настольных играх для расширения кругозора читательской аудитории;
- разделить настольные игры на виды;
- проанализировать историю возникновения каждого вида настольных игр для выхода на культурологический уровень;
- привлечь компетентных комментаторов из сферы игровой индустрии для составления образа поклонников настольных игр и их предпочтений;
- выявить самые популярные настольные игры в каждом виде и составить собственную подборку;

- привлечь экспертов для сбора информации о влиянии разных видов настольных игр на самообразование и личностное развитие человека;
- развернуть информацию о культурно-образовательном, коммуникативном, досуговом потенциале настольных игр;

Достижение всех вышеперечисленных задач возможно при последовательном образовательном процессе, который заложен в создание авторского проекта о настольных играх. Публикации объединяют стилистические и композиционные решения автора, четкая повторяющаяся структура материалов, а также единая концепция авторского проекта.

Тематика материалов. Первый материал будет посвящен общей истории настольных игр и их состоянию в современном обществе. Автор раскроет особенности использования настольных игр в образовательном и терапевтическом процессе, затронет феномен цифровизации настольных игр, проанализирует игровое сообщество поклонников настольных игр.

Во втором материале автор обратится к настольным ролевым играм, раскроет суть этой разновидности настольных игр, объяснит правила, которым подчиняется подавляющее большинство игровых систем. Также будет затронут исторический контекст, который объяснит причины возникновения настольных ролевых игр и их популярность в современном обществе. Автор представит комментарии игрового сообщества из России и стран СНГ, представителей клубов настольных ролевых игр, а также психологов и игропрактиков. Эти операции будут выполнены с целью поиска ответа на вопрос, как настольные игры помогают человеку развивать свои личностные компетенции.

Третий материал раскроет сущностные признаки детективных настольных игр. Автор также введет исторический контекст, чтобы выйти на культурологический уровень, привлечет игроков и экспертов из России и стран СНГ. Этот материал также будет преследовать цель проинформировать аудиторию о том, как настольные детективные игры помогают в самообразовании и личностном развитии.

Четвертый материал обратится к настольным психологическим и трансформационным играм. Так же, как и в предыдущих публикациях, будет затрагиваться исторический контекст с выходом на актуальное состояние данной разновидности настольных игр. Автор привлечет нескольких психологов и игропрактиков, которые используют настольные игры в своей психологической и терапевтической практике. Благодаря комментариям экспертов материал проинформирует аудиторию, какие психологические игры способны не только помочь в самосовершенствовании, но и оказать терапевтический эффект на играющего.

Для исследования настольных игр и их влияния на человека автор использует аналитический подход. Публикации авторского проекта будут являться сочетанием неэкспертного мнения автора и экспертного мнения привлеченных специалистов. Авторская стратегия проявляется в осмыслении, обработке и доступном предъявлении аудитории экспертного мнения.

Для написания публикаций используется жанр научно-популярной статьи с элементами интервью, поскольку в каждой публикации присутствуют комментарии компетентных спикеров.

Структура материала. Каждая публикация будет состоять из нескольких частей: исторического контекста, особенностей конкретного вида настольных игр и их влияния на человека. В лиде материалов обозначится, что игра – это самый доступный способ получения и усвоения информации, а также нового опыта в безопасной обстановке с минимальными рисками. В основной части текста автор раскроет сущностные характеристики каждого вида настольных игр, а также объяснит, где и в каких масштабах они используются в современном обществе. В каждой публикации будет присутствовать как минимум два специалиста из числа психологов, психотерапевтов и игропрактиков, представители индустрии настольных игр, а также опытные игроки, которые расскажут о своем положительном опыте в развитии личностных компетенций через настольные игры. В заключительной части автор подведет итоги проделанной работы и предложит аудитории задуматься

о внедрении настольных игр в свою жизнь, если они имеют проблемы, которые можно решить посредством игры. Каждый материал будет иметь свое уникальное название, где останется только название проекта «Человек играющий».

Эксперты. В качестве компетентных комментаторов выступят практикующие психологи, психотерапевты и игропрактики из разных городов. Будут присутствовать и комментарии представителей индустрии настольных игр, которые помогут сформировать объективное представление о рынке, аудитории и ее запросах. Для демонстрации опыта самосовершенствования через разные виды настольных игр будут привлечены представители игрового сообщества из России и стран СНГ, которые на личном примере расскажут, как это увлечение помогло в личностном развитии.

Вышеперечисленные принципы представления содержания и формы являются едиными для каждого материала проекта. Это обеспечивает самобытность и узнаваемость авторского проекта о настольных играх.

Таким образом, вышеизложенные аспекты помогают нам сформулировать и продемонстрировать общие и оригинальные признаки публикаций авторского проекта о настольных играх. На основании исследования можно сделать вывод, что авторский проект о настольных играх уместен и целесообразен в сетевом издании «Есть talk!», а также будет соответствовать запросам читательской аудитории, так как его концепция разработана с учетом актуальной ситуации в сфере использования настольных игр, запросов целевой аудитории и специфики информационной политики базовой платформы проекта – сетевого издания молодежного медиахолдинга «Есть talk!».

2.2 Профессиональная рефлексия авторского проекта «Человек играющий»

За январь-июнь 2024 года в рамках проекта «Человек играющий» было подготовлено четыре материала для сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». В каждой публикации насчитывается от шести до десяти тысяч знаков.

Материалы посвящены становлению и актуальному состоянию разных видов настольных игр (ролевых, детективных, психологических и трансформационных) в современном обществе. В каждой публикации рассматривается конкретный вид настольных игр в контексте личностного развития и самообразования человека. Авторские материалы взаимосвязаны и последовательно разворачивают отдельные элементы современной системы настольных игр, что позволяет читателю получить глубокие представления по теме и осмысленно подходить к выбору и использованию настольных игр.

В качестве иллюстративного материала использованы изображения, созданные при помощи нейросетей. Каждое из них было выполнено в единой стилистике, отражающей тему материала:

- история настольных игр – современность, демонстрирующая повсеместное использование настольных игр;
- настольные ролевые игры – фэнтези, обусловленное частым упоминанием такой игровой системы, как Dungeons & Dragons;
- настольные детективные игры – нуар, отображающий самое распространенное представление о детективном жанре в разных сферах искусства;
- настольные психологические и трансформационные игры – простые иллюстрации, акцент в которых делается на самопознании и рефлексии.

Цель иллюстраций – дополнить текстовую информацию простыми визуальными образами.

Первый материал «Человек играющий. Как настольные игры помогают нам развиваться» представил читателю общую историческую справку о появлении и развитии настольных игр в соответствии с социокультурными преобразованиями в обществе. Через обращение к типологии настольных игр было выведено несколько основных видов, которые отличаются целью и инструментами, необходимыми для ее достижения. Автор рассказал о распространенности настольных игр в организационно-управленческих сферах и образовательных учреждениях, а также сослался на позитивный опыт крупных компаний, использующих настольные игры для обучения сотрудников. Через комментарии представителей игровой индустрии был создан обобщенный образ представителей игрового сообщества, что позволило читателю получить информацию о том, как выглядят поклонники настольных игр и что они предпочитают. Эксперты из области психологии и игропрактики дополнили материал информацией о пользе, которую человек может извлечь из увлечения настольными играми. В заключении автор побудил аудиторию к дальнейшему ознакомлению с материалами, в которых подробно рассматривается каждый вид упомянутых настольных игр.

Второй материал «Человек играющий. Как войти в мир настольных ролевых игр и вынести из него максимум пользы» посвящен настольным ролевым играм. В этом материале сохранилась структура предыдущей публикации, однако она дополнилась подпунктами, призванными раскрыть явление глубже. Чтобы объяснить специфику настольных ролевых игр, автор использовал специальную терминологию, популярную в игровом сообществе (дайсы, кампейн, ваншот, сеттинг и так далее). Как и в предыдущей публикации, автор дополнил свое неэкспертное мнение комментариями специалистов из области психологии и игропрактики, которые объяснили влияние НРИ на человека с научной точки зрения. Приглашенные эксперты не только рассказали о практической пользе настольных ролевых игр, но и помогли понять, людям с какими запросами в развитии личностных компетенций стоит обратить свое внимание именно на этот вид игр. В

заключении автор подвел итоги проделанной работы и отметил, что настольные ролевые игры могут быть не просто полезными, но и терапевтическими.

Третий материал «Человек играющий. Расследуем свой внутренний мир с настольными детективными играми» посвящен настольным детективным играм. В данной публикации также сохранились стилистические, композиционные и структурные особенности предыдущих материалов. Автор обратился к исторической справке и проанализировал, какие факторы и культурные тренды повлияли на появление настольных детективных игр. Через изучение данных аспектов было представлено обоснование, почему данный вид настольных игр является популярным у игрового сообщества. Авторам была создана собственная классификация настольных детективных игр, которые призваны удовлетворить разные запросы игровой аудитории. Среди них выделены как игры для большой компании, отличающиеся большим количеством коммуникации и простыми в освоении правилами, так и масштабные долгие игры, рассчитанные на ограниченное количество игроков. Благодаря комментариям компетентных специалистов автору удалось объяснить, почему детективный жанр как таковой является популярным, а также как настольные детективные игры влияют на личностное развитие и самообразование человека.

Четвертый материал «Человек играющий. Трансформируемся с психологическими и трансформационными играми» рассказывает о настольных трансформационных и психологических играх. Автор предоставил короткую историческую справку с выходом на актуальное состояние данного вида настольных игр, а также объяснил, в чем заключается базовое отличие психологических и трансформационных игр. Благодаря комментариям экспертов удалось выяснить, что трансформационные игры являются таковыми только в том случае, если функции ведущего выполняет компетентный психолог или игропрактик, знающий правильные технологии воздействия на сознание человека. Также автором была подготовлена

подборка психологических и трансформационных игр, распределенных на виды в зависимости от запросов аудитории. Психологи и игропрактики дополнили исследование автора комментариями о практической пользе применения настольных психологических и трансформационных игр в повседневной практике, а также помогли выявить категорию людей, которые могут обратиться к этому виду игр для решения проблем личностного характера.

При создании авторского проекта о настольных играх «Человек играющий» были учтены семантическая, синтаксическая и прагматическая характеристики журналистского текста. Синтаксическая характеристика материалов проекта «Человек играющий» реализовалась через единство композиции, куда входят как смысловые блоки, так и выбранный иллюстративный материал. Прагматическая характеристика выразилась в описании полезной информации для аудитории. Исследование автора, подкрепленное комментариями представителей игровой индустрии и экспертным мнением психологов и игропрактиков, помогло читателям взглянуть на феномен настольных игр не только с точки зрения организации досуговой деятельности, но и с точки зрения самообразования и личностного развития.

Выводы второй главы.

Авторский проект о настольных играх «Человек играющий» реализован на платформе Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» Тольяттинского государственного университета и в полной мере соответствует концепции базовой платформы. Он включает четыре аналитические публикации повышенной сложности. Его цель – рассказать читательской аудитории о возможностях использования настольных игр для личностного развития и самообразовании. Специфика материалов заключается в активном привлечении экспертов из области психологии, психотерапии и игропрактики, а также представителей индустрии настольных игр и игрового сообщества из разных городов России и стран СНГ.

Заключение

В современном обществе настольные игры являются востребованным способом самообразования и личностного развития. Это обуславливает активное внедрение игровых технологий во все сферы жизни, начиная от организации досуга и заканчивая образовательным процессом и психотерапией. Человек развивается на протяжении всей жизни, поэтому поиск наиболее доступного способа получения и усвоения новой информации является особенно важным.

В рамках творческой бакалаврской работы создана и реализована концепция медиапроекта «Человек играющий» на базе сетевого издания Молодежного медиахолдинга «Есть talk!». Проект включает четыре журналистских материала повышенной сложности о разных видах настольных игр в контексте личностного развития и самообразования человека. Удалось реализовать основные цели и задачи, заложенные в концепцию медиапроекта. Помощь в этом оказали эксперты из области психологии, психотерапии и игропрактики, а также представители индустрии настольных игр и игрового сообщества из разных городов России и стран СНГ. Благодаря широкому географическому разбросу комментаторов удалось выяснить, какие настольные игры занимают лидирующие позиции в разных городах. Стоит отметить, что активное упоминание разных игровых систем с их короткой характеристикой позволило расширить представления читательской аудитории о рынке настольных игр.

Опубликованные материалы не исчерпывают тематику настольных игр. Проект может иметь продолжение, так как некоторые настольные игры остались пока без внимания, например, стратегические настольные игры.

Проблемой при подготовке журналистских материалов стало создание иллюстративного материала при помощи нейросетей. Это объясняется неопытностью автора в пользовании сервисами, предоставляющими бесплатный доступ к генерации изображений.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск : Издательство Иркутский университет, 1985. 96 с.
2. Асташова Н. А., Бондырева С. К., Попова О. С. Ресурсы геймификации в образовании: теоретический подход // Образование и наука. 2023. № 1. С. 15-35.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры: Психология человеческих взаимоотношений. Москва : Прогресс, 1988. 400 с.
4. Бусель С. В., Полупан К. Л. Сущность и особенности внедрения игрофикации в образовательную среду как системной и специфической игровой практики // СНВ. 2022. № 4. С. 239-245.
5. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. Москва : Издательство Московского университета, 2019. 224 с.
6. Герасикова Е. Н., Родина Е. Н., Шпакова Г. А. Рынок настольных игр: тенденции и способы продвижения // Инновации в науке. 2018. № 6. С. 58-60.
7. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Концепция современного периодического издания : учебно-методическое пособие. Москва : МедиаМир, 2012. 334 с.
8. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2010. 254 с.
9. Кайуа Р. Игры и люди ; Статьи и эссе по социологии культуры. Москва : О.Г.И., 2007. 302 с.
10. Коданина А. Л., Новикова Т. Е., Савельева М. А. Специфика цифрового взаимодействия региональных СМИ с аудиторией: Нижегородский опыт // Научный диалог. 2023. № 2. С. 125-136.

11. Колпакова Т. А. Использование настольных игр в обучении истории // Амурский научный вестник. 2020. № 4. С. 65-69.
12. Колясникова А. В., Шульгина Т. А. Реализация деятельностного подхода с помощью настольных игр в процессе обучения школьников // Вестник науки. 2023. № 12. С. 717-719.
13. Никишин И. В., Долгина Е. С. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл // Молодой ученый. 2019. № 24. С. 478-481.
14. Пашина Е. П. Обучение истории через настольные игры // Материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции «Студенческая наука: созидая будущее». Курск : Курский государственный университет, 2023. С. 117-124.
15. Плотников В. А., Шамина О. А. Медиапроект: понятие, особенности, аспекты управления качества // Управленческое консультирование. 2022. № 9. С. 134-141.
16. Подорожная И. В. Групповые психологические настольные игры как инструмент профилактики девиантного поведения подростков // Психология образования. 2024. С. 2-10.
17. Просвирина Н. В. Внедрение инструментов геймификации в управлении персоналом организации // Вестник Академии знаний. 2020. № 2. С. 280-285.
18. Салмина Н. Г. Психолого-педагогическая экспертиза настольных игр // Психолого-педагогическая наука и образование. 2011. № 2. С. 29-38.
19. Твердохлебова О. С., Кузьменко Н. А. Настольные игры как инструмент педагога дополнительного образования в развитии высших психических функций у детей младшего школьного возраста // Педагогика и психология: перспективы развития. Чебоксары : Интерактив плюс, 2023. 280 с.
20. Устав редакции средства массовой информации сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk!» [Электронный ресурс] : talk-on.ru. URL: https://talk-on.ru/about/Ustav_SI_Est_talk_33_09_2021.pdf (дата обращения: 21.05.2024)

21. Филатова Е.С. Анализ рынка настольных игр в России // Сборник статей II Международного научно-практического конкурса. Пенза : Наука и Просвещение, 2016. С. 94-98.
22. Хёйзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. Москва : Прогресс – Традиция, 1997. 416 с.
23. Что такое «Тесера.Ру» [Электронный ресурс] // Тесера URL: <https://tesera.ru/article/about/> (дата обращения: 21.05.2024)
24. Эльконин Д. Б. Психология игры. 2-е изд. Москва : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. 360 с.
25. Яковлева Е. Л. Игра уникальный феномен культуры // Вестник ОГУ. 2010. № 7. С. 150-155.
26. Welcome to BoardGameGeek [Электронный ресурс] // BoardGameGeek. URL: https://boardgamegeek.com/wiki/page/Welcome_to_BoardGameGeek (дата обращения: 21.05.2024).