



DOI 10.22363/2312-9220-2017-22-2-312-320

УДК 316.77-027.21

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ И НОВЫЕ МЕДИА: ИГРОВОЙ ПОДХОД К КОММУНИКАЦИЯМ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

И.И. Волкова

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Автор статьи констатирует наличие проблемы контролируемого перехода во Всемирную сеть и виртуальное пространство пассивной аудитории, воспринимающей интернет-информацию по типу потребителей традиционных медиа. Предлагается сосредоточить внимание исследователей на феномене компьютерных игр, которые развивают способности пользователей Интернета к аналитическому мышлению и самостоятельной работе с информацией, формируют качество проактивности. В статье рассматривается актуальная для новых медиа классификация компьютерных игр: она базируется на вариантах активных действий, совершаемых игроками, что является инструментальным воплощением субъектно-субъектной модели сетевой коммуникации.

Ключевые слова: компьютерные игры, телевидение и интерактивность, интернет-издание, сетевые коммуникации, проактивность, телевидение и компьютерные игры, виртуальная реальность, классификация игр

Острейшая социокультурная проблема современного общества состоит в том, что оно дает человечеству безграничные коммуникативно-информационные *возможности* (сетевые информационные технологии) для развития, но при этом не способствует формированию соответствующих *потребностей* в знаниях у людей, не имеющих внутренней мотивации к саморазвитию. Активными коммуникаторами и трансляторами ценностей выступает элита постиндустриального общества — класс образованных людей, владеющих технологиями новых медиа. Оптимальными в их среде признаны субъектно-субъектные и сетевые модели коммуникации. Другая часть общества, не реализовавшая свое право на коммуникативное развитие, но также осваивающая интернет-пространство субъектно-субъектных коммуникаций, в идеале должна быть подтянута к уровню продвинутого проактивного класса. Двадцать лет назад М. Кастельс предвидел эту ситуацию: «Мир мультимедиа будет населен двумя различными популяциями: *взаимодействующей и включенной во взаимодействие*, то есть теми, кто способен выбирать свои мультинаправленные цепи коммуникации, и теми, кого будут снабжать ограниченным количеством заранее “упакованных” вариантов выбора» [4]. Вторые и есть та, не желающая думать и самостоятельно принимать решения, пассивная аудитория, которая возвращена «субъектно-объектной» трансляционной

моделью традиционных медиа. Эта категория пользователей пытается существовать в сетевом пространстве, не активируя его потенциал, а значит, не используя возможности собственного развития.

Как в идеале воспринимается виртуальное пространство Интернета с точки зрения функциональности? Во-первых, как *познавательное* (глобальная агрегация текстов разных форматов, разных эпох и разных проблематик), во-вторых, как *коммуникативное* (доступ к безграничным всемирным сетевым коммуникациям), в-третьих, как *инструментальное* (возможность конструирования и предъявления собственного многовариантного контента бесчисленной аудитории). В 2014 году автором этих строк в книге «Номо ludens эпохи экранных коммуникаций» [2] была многоаспектно показана связь этих трех функций с *игрой* и, соответственно, со *свободой*.

Тексты, подготовленные *вне* Сети, упакованные в традиционные журналистские формы и жанры (субъектно-объектная модель передачи информации), даже прошедшие адаптацию, будучи погружены в интернет-пространство, не могут полноценно конкурировать с материалами, рожденными *внутри* стихии познавательно-инструментально-коммуникативной игры, в режиме онлайн. При этом в контексте ценностей и ориентиров, которые существуют в Сети [12], вполне естественной видится *открытость* технологического процесса работы с информацией в интернет-издании, что демонстрирует, к примеру, «Медуза», показывающая во всех деталях онлайн-алгоритм формирования своего контента [3].

Компьютерные игры, по сравнению с традиционными медиа обладают неоспоримым преимуществом: они изначально создаются с учетом экранности, мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности — природных качеств сетевого виртуального мира. В компьютерных коммуникациях «технологически и культурно встроены свойства интерактивности и индивидуализации» [4]. Игры имманентно присущи этому миру и не могут существовать вне его. Напротив, не трансформированные тексты, созданные по канонам офлайн-журналистских жанров, отторгаются пользователями Сети.

Парадокс новых медиа, осваивающих совокупность функций виртуального мира, в идеале — в их генетической близости к компьютерным играм, а не к традиционным медиа. По мнению М. Маклюэна, «все игры суть средства межличностной коммуникации и не могли бы ни существовать, ни иметь какой-либо смысл иначе, кроме как в качестве расширений нашей непосредственной внутренней жизни» [7]. Аспект расширения внутренней жизни наиболее полно реализуется в феномене виртуальной реальности. В настоящее время отечественные исследователи новых медиа конструктивно рассматривают обозначенные зарубежными коллегами ключевые проблемы, связанные с трансмедийным повествованием, нарратологией, коллаборативной журналистикой [1, 10, 11]. По сути, это алгоритм изучения игр, но не только в виртуальной, но и в альтернативной реальности (Alternate Reality Games — ARG).

По сравнению с другими традиционными СМИ эфирное телевидение, ориентированное на *экранное* аудиовизуальное взаимодействие с аудиторией, могло, казалось бы, рассчитывать на более-менее эффективный перенос своих форматов

в интернет-среду, однако этого не происходит. Виной тому привычная нацеленность телезрителей на пассивное восприятие телепрограмм и соответствующая пропагандистская тональность вещания. Другое ключевое препятствие для интеграции ТВ-продукта в Сеть — отсутствие опыта реальной интерактивности, а значит, и игрового взаимодействия, построенного на этом принципе.

Десять лет назад В.Г. Маковеев, один из основателей Ассоциации кабельного телевидения России, писал по этому поводу: «Интерактивность как функция так или иначе почти всегда присутствует во всех услугах сетей цифрового телевидения, но как «товар» отдельно ее «продать» никто так и не сумел. В США были попытки создания интерактивных телефильмов, например, с «ветвящимся сюжетом», когда зритель может сам выбирать один из вариантов развития событий на своем экране. Они... так и не нашли своего зрителя. По мнению специалистов, в будущем для интерактивных фильмов, возможно, будет воспитано свое поколение зрителей, которыми в принципе могут стать теперешние молодые фанаты видеоигр. Нынешние же зрители усаживаются перед телевизором с намерением прежде всего отдохнуть» [8].

Не получили развития интерактивные кино- и телефильмы, привязанные территориально к пространству кинотеатров и телепрограмм (через сервис YouTube). Например, сюжет кинофильма «Алабалица», впервые показанного в 2011 году, может меняться в зависимости от выбора, который сделали во время просмотра четверо, случайно выбранных кинозрителей, ответивших по телефону. Телефильм «Мамы всякие нужны» дает дополнительную информацию зрителю только во время просмотра его через компьютер (гиперссылки). Эти дополнительные функции не идут ни в какое сравнение с возможностями сетевых интернет-продуктов, сделанных изначально на киберплатформах и предназначенных для работы в компьютере с применением мышки или джойстика в режиме реальной интерактивности. Короткометражный видеофильм «Пять минут» (“Five Minutes”) предлагает пользователям Интернета «помогать» героям, вмешиваться в действие, совершая движения кончиком пальцев на сенсорных экранах (в планшете) или мышкой (в компьютере). Некоторые выдержки из комментариев: «Шедевр! Прямо реально казалось, что главный герой — это я»; «Очень качественно»; «Понравилась постановка, режиссура, все вышло круто». «Пять минут» можно считать и фильмом, и браузерной игрой, поскольку это видео напоминает компьютерные игры, но вместо графики используется игровое кино. Создателям видео удалось «продать интерактивность» (В. Маковеев): фильм представляет собой скрытую рекламу японских часов «G-shock».

Симптоматично, что принцип интерактивности, последовательно применяемый в современных интернет-коммуникациях, родился на телевидении. Детское телешоу американской компании CBS “Winky Dink and You” (1953—1957 гг.) предусматривало активное участие детей, смотрящих телевизор. Надо было заранее приготовить пластиковую прозрачную пленку (закрепить ее на телеэкране, используя эффект статического электричества) и цветные мелки. В кульминационные моменты экранного действия ребенок дорисовывал на пленке, приклеенной к экрану, недостающие элементы картинки. В разные периоды вещания детство и игра привычно соседствуют на ТВ.

Интересный факт из совместной истории развития телевидения и компьютерных игр связан с именем американского изобретателя Ральфа Баера [6]. В 1951 году, когда он работал инженером оборонной компании “Loral Electronics”, у него возникла идея интерактивного телевидения: на специальном канале, который Баер назвал “LP” (“Let’s Play!”), телезрители могли бы поиграть в интерактивные игры. Концепция тогда не получила развития, но позднее была реализована. Главным в этой истории является тот факт, что Баер искал способ соединить массовую аудиторию телевидения с *игровым поведением* (с интерактивностью, которая позволяла бы совершать какие-то действия с телевизионным изображением). Байер был убежден, что телевидение без интерактивности не сможет полностью реализовать свои возможности. В 1960-е годы уже существовали компьютерные игры, но они были в единичных вариантах. Например, игра “Tennis for Two” демонстрировалась посетителям Национальной лаборатории Министерства энергетики США на острове Лонг-Айленд. Другая игра — “Space War!” — была доступна только сотрудникам Массачусетского технологического института и еще нескольких компаний, в которых был установлен громоздкий компьютер PDP-1 (программируемый процессор данных). Ральф Баер создал первую в мире мобильную “Magnavox Odyssey” — игровую приставку к телевизору: ход игры в реальном времени отражался на телеэкране, к которому крепилась пластиковая целлулоидная пленка с фоном (как в детской телепрограмме “Winky Dink and You”). Компьютерные игры превратились в медиа благодаря Ральфу Баеру, которого позднее назвали отцом видеоигр. Телевизионный экран и телевидение открыли дверь в особый игровой мир, где человек ощущает свободу творчества и даже дерзко сравнивает себя с высшими силами (например, в компьютерных играх “Doodle God”, “God of War”, “Gods Among Us”).

Игра не стала природным началом телевидения, которое сохранило трансляционную модель. Теперь игра выступает в качестве феномена, организующего виртуальное пространство Интернета и вовлекающего аудиторию во взаимодействие. Экранный текст выступает не как конечный продукт, а как отправная точка, исходный пункт для коммуникации, для общения, для коллективного обсуждения проблемы, для продолжения и развития истории (трансмедийное повествование). Например, динамично развивающееся интернет-издание «Медуза», которое уже упоминалось ранее, предлагает читателям до пятидесяти новых игр в год: «под играми мы имеем в виду все интерактивные проекты, которые требуют участия читателя: чат-боты, инфографика, гадания, обратные отсчеты, онлайн-трансляции и многое другое. Ну и игры тоже, самые настоящие. Большинство из таких проектов — чистые эксперименты. Удачные находки мы потом превращаем в технологию и затем используем снова и снова» [3].

Индустрией компьютерных игр, которая начиналась еще в 1970-х годах, максимально освоены возможности экранной коммуникации в виртуальном пространстве; опыт создателей игр, соответственно, полезен журналистам новых медиа для оптимизации контакта с пользователями Интернета. *Интерактивное игровое пространство* (игровой мир) формируется посредством сочетания графики и звука, через игровую механику передается основная мысль игры, игрок вы-

ступает в нескольких ипостасях: играет (участвует в соревновании или в приключении), является зрителем собственного игрового представления, становится соавтором игры. Паттерн «компьютерная игра» соединяет в себе все языковые уровни трактовки понятия «игра»: соревнование, интрига, творчество, фантазия. В англоязычном варианте — это слияние *game, play, performance (show)*.

Сопоставление жанров компьютерных игр и жанров журналистики помогает выявить нацеленность игр на активное субъектно-субъектное взаимодействие, что служит основой сетевой коммуникации, а значит, востребовано новыми медиа.

Существуют классификации компьютерных игр по различным основаниям: по количеству игроков, по игровым платформам, по типу распространения, по стилистике, сеттингу (англ. “*setting*” — место действия, окружение, декорация, «оправа»), бюджету, графике. Наиболее полезной для журналистов представляется классификация по жанрам, предложенная информационным сайтом «Компьютерные игры как искусство» [5], автор — Киризлеев Александр.

Основной критерий деления игр в этой классификации — действия, совершаемые игроком в игровом процессе. Обозначены три большие группы: «игры информации» (ролевая игра с открытым миром), «игры действий» (боевик с открытым миром) и «игры контроля» (глобальная стратегия). Главная цель игр первой группы — получение информации, изучение мира; второй — совершение движений, перемещение в пространстве; третьей — планирование, управление и использование преимуществ. В практике компьютерных игр приняты и широко используются англоязычные названия основных жанров: RPG (от англ. «*role-playing game*» — ролевая игра) соответствует «играм информации», Strategy — «играм контроля», Action — «играм действия».

«Игры информации» имеют эталонную, с точки зрения авторов классификации, функцию — общение (через ролевую игру). Важнейший тезис для любого сетевого онлайн контента: работа с информацией (передача, получение, обработка, трактовка и прочее) происходит через процесс общения. В теории жанров традиционных СМИ принципиально иной подход, производный от однонаправленности и отсутствия «открытого мира»: эталонная функция информационных жанров — передача информации. Но для новых медиа «игры информации» также представляются эталоном, поскольку построены на интерактивной коммуникации.

Компьютерные «игры движения» функционально нацелены на уничтожение врагов в процессе соперничества: соревнования или поединка. Это тоже своеобразный вариант общения. Общая онтологическая основа обнаруживается при сопоставлении «игр движения» с информационно-публицистическими жанрами журналистики. Она заключается в дуальности (двойственности) мышления и бытия, выраженной в том числе и в коммуникации. Противоположности взаимодействуют (в сознании или в тексте) друг с другом, что-то или кто-то одерживает верх, утверждая свою правду. Эмоционально окрашенный текст публициста должен презентовать разные оценки актуального события и явления общественной жизни, разные способы достижения идеала, но в результате развития повествования (соперничества точек зрения) становится очевидной правильность и

убедительность социального идеала автора-публициста. В «играх движения» соревнование конкретизировано, происходит персонификация дуальности.

Компьютерные «игры контроля», суть которых в эффективном управлении различными видами ресурсов, так же как и другие игровые жанры базируются на оптимизации взаимодействия, то есть на процессе общения. Здесь мы тоже имеем дело с интерактивным субъектно-субъектным подходом, актуальным для виртуального пространства, где обитают новые медиа. На первый взгляд, это не очевидно, ведь если речь идет об управлении, кажется, что приемлемы как раз субъектно-объектные отношения. Кроме того, само название «игры контроля» вроде бы свидетельствует о манипулятивности. Однако управление может базироваться на двух альтернативных концептах понимания человека («теория икс» и «теория игрек», по Д. Макгрегору) и как раз во втором случае работает вариант общения, добровольного сотрудничества.

В данном контексте уместно вспомнить управленческую теорию Честера Барнарда, согласно которой власть ограничена желанием управляемых выполнять волю управленцев. По Барнард, источник власти — в подчиненных, которые таким образом перестают быть объектами воздействия, превращаясь в субъекты взаимодействия. Можно перенести эти правила на управление не только человеческими, но и прочими ресурсами, например, природными. А можно в «теории игрек» увидеть способ понимания собственной роли в различных созидательных процессах: «игры контроля» не случайно включают в себя *sandbox mode* (от англ. *sandbox* — песочница). Такие игры отличаются нелинейностью (свобода выбора, отказ от жесткой последовательности действий, использование вариантов в прохождении уровней, разные пути к результату, дополнительные квесты-испытания) и наличием виртуального открытого мира, который игрок исследует и изменяет по собственному разумению. Интернет-порталы подобный алгоритм используют, например, в лонгридах.

Одна из главных функций традиционных средств массовых коммуникаций — управленческая, которая детерминирована политикой государства: потребитель контента СМИ выступает в роли объекта управления (пропаганды — в тоталитарных обществах). В виртуальном пространстве компьютерных «игр контроля» игрок должен самостоятельно управлять страной (экономикой, политикой, наукой, армией), например, в играх “Civilization IV”, “Spore”, “Galactic Civilizations II”, “Tropico 3”, “Stronghold: Crusader”; в качестве функций подобных игр можно указать коммуникативную, обучающую, интеграционную.

Некоторые компьютерные игры совмещают в себе несколько жанров и нацелены, соответственно, на сложные действия игроков, их называют гибридными. Яркий пример — «Beholder» (*пер. с англ.* — наблюдатель) — новая (2016) компьютерная игра, созданная в России. Это одновременно «игра информации» и «игра контроля», RPG плюс Strategy. По словам продюсера игры Евгения Систера, «Beholder» — история про «моральный выбор, который люди вынуждены делать. Тоталитарный режим, описанный в игровом мире, — это инструмент, который позволяет поставить игрока перед таким выбором» [9]. В данном случае можно говорить о художественно-публицистическом потенциале игры, что сближает ее с журналистскими жанрами.

Итак, на примере классификации компьютерных игр автор показал, каким образом функционально и форматно связаны игры и новые медиа в виртуальном пространстве, и чем они отличаются от традиционных СМИ. Активное развитие игровых интерактивных проектов на информационных порталах — неизбежность, в этом проявляется и природа Всемирной сети, и природа виртуального пространства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1] *Аль-Ханаки Д.А.-Н., Алгави Л.О.* Новости как развлечение в коллаборативной журналистике // *Журналистика России в условиях перехода к информационному обществу: сборник научных статей.* М.: РУДН, 2016. С. 12—21.
- [2] *Волкова И.И.* Homo ludens эпохи экранных коммуникаций. М.: РУДН, 2014. 272 с.
- [3] Как делается «Медуза». На самом деле. URL: <https://medium.com/meduza-how-it-works/-1a99202d27a3#.u542cjanu> (дата обращения: 18.03.17).
- [4] *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php (дата обращения: 18.03.17).
- [5] *Компьютерные игры как искусство.* URL: <http://gamesisart.ru/> (дата обращения: 23.02.17).
- [6] *Лебедева Е.* История TV Games: Одиссея инженера Баера // *Новости экспертного сайта о цифровой технике.* 2011. 21 февраля. URL: www.mobi.ru/ (дата обращения: 28.02.17).
- [7] *Маклюэн М.* Понимание медиа. Внешние расширения человека. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528/3553> (дата обращения: 28.02.17).
- [8] *Маковеев В., Арефьева А.* Кому нужно эфирное телевидение в России? // *Broadcasting. Телевидение и радиовещание.* 2007. № 4. URL: <http://www.broadcasting.ru/articles2/Regandstan> (дата обращения: 28.02.17).
- [9] *Мартынов К., Шевелев М.* Сыграть в стукача: почему новая российская игра Beholder так всем понравилась? // *Новая газета.* 2017. 29 января.
- [10] Открытая нарратология: авторский междисциплинарный проект по теории нарратива. URL: <http://www.opennar.com/> (дата обращения: 18.03.17).
- [11] Русский след в нарратологии: материалы Межд. науч.-практич. конференции. Балашов, 26—28 ноября. 2012 г. Балашов; Николаев, 2012. 272 с.
- [12] *Barlow J.P.* A Declaration of the Independence of Cyberspace. URL: <https://www.eff.org/cyberspace-independence> (дата обращения: 18.03.17).

© Волкова И.И., 2017

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 25 февраля 2017

Дата принятия к печати: 3 апреля 2017

Для цитирования:

Волкова И.И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика.* 2017. Т. 22. № 2. С. 312—320.

Сведения об авторе:

Волкова Ирина Ивановна, доктор филологических наук, доцент кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов.

Контактная информация: e-mail: irma-irma@list.ru

VIDEO GAMES AND NEW MEDIA: GAME APPROACH TO COMMUNICATIONS WITHIN VIRTUAL SPACE

I.I. Volkova

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The author of the article states that there is a problem of a controlled transition to the WWW of a passive audience that perceives online information on the type of traditional media consumers. In this regard, she suggests that researchers focus on the phenomenon of computer games that develop the ability of Internet users to evolve analytical thinking and work independently with information. Thus, the quality of proactivity is formed in the audience. The article deals with the classification of computer games that is relevant for new media. It is based on active action options for players. This is an instrumental embodiment of the subject-subject model of network communication.

Key words: computer games, television and interactive, online edition, network communications, proactivity, television and computer games, virtual space, the classification of games

REFERENCES

- [1] Al'-Hanaki D.A-N., Algavi L.O. Novosti kak razvlechenie v kollaborativnoj zhurnalistike. [News As Entertainment In Participatory Journalism] // *Zhurnalistika Rossii v usloviyah perehoda k informacionnomu obshhestvu: sbornik nauchnykh statej*. M.: RUDN, 2016. S. 12–21.
- [2] Volkova I.I. Homo ludens jepohi jekrannykh kommunikacij [Homo Ludens In The Screen Communications Era]. M.: RUDN, 2014. 272 s.
- [3] Kak delaetsja «Meduza». Na samom dele [Meduza: How It Works]. URL: <https://medium.com/meduza-how-it-works/-1a99202d27a3#.u542cjany> (data obrashhenija: 18.03.17).
- [4] Kastel's M. Informacionnaja jepoha: jekonomika. obshhestvo i kul'tura [Information Age] URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php (data obrashhenija: 18.03.17).
- [5] Komp'juternye igry kak iskusstvo [Computer Games As Art]. URL: <http://gamesisart.ru/> (data obrashhenija: 23.02.17).
- [6] Lebedenko E. Istorija TV Games: Odisseja inzhenera Baera [History Of TV Games: The Odyssey Of Engineer Bayer] // *Novosti jekspertnogo sajta o cifrovoj tehnike*. 2011. 21 fevralja. URL: www.mobi.ru/ (data obrashhenija: 28.02.17).
- [7] Makljujen M. Ponimanie media. Vneshnie rasshirenija cheloveka [Understanding Media: The Extensions Of Man]. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3528/3553> (data obrashhenija: 28.02.17).
- [8] Makoveev V., Aref'eva A. Komu nuzhno jefirnoe cifrovoe televidenie v Rossii? [Who Needs Digital Terrestrial Television In Russia?] // *Broadcasting. Televidenie i radioveshhanie*. 2007. № 4. URL: <http://www.broadcasting.ru/articles2/Regandstan> (data obrashhenija: 28.02.17).
- [9] Martynov K., Shevelev M. Sygrat' v stukacha: Pochemu novaja rossijskaja igra Beholder tak vsem ponravilas'? [Play A Snitch: Why Sid The New Russian Game Beholder Like Everyone So Much?] // *Novaja gazeta*. 2017. 29 janvarja.
- [10] Otkrytaja narratologija: avtorskij mezhdisciplinarnyj proekt po teorii narrativa [Open Narratology: An Author's Interdisciplinary Project On The Theory Of Narrative]. URL: <http://www.opennarr.com/> (data obrashhenija: 18.03.17).
- [11] Russkij sled v narratologii: materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. [Russian Footprint in Narratology: Materials Of The International Scientific And Practical Conference]. Balashov, 26–28 nojabrja. 2012 g. Balashov; Nikolaev, 2012. 272 s.
- [12] Barlow J.P. A Declaration of the Independence of Cyberspace. URL: <https://www.eff.org/cyberspace-independence> (data obrashhenija: 18.03.17).

Article history:

Received: 25 February 2017

Revised: 16 March 2017

Accepted: 3 April 2017

For citation:

Volkova I.I. (2017) Video games and new media: game approach to communications within virtual space. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 22 (2), 312—320.

Bio Note:

Volkova Irina Ivanovna, Doctor of Philology, Assistant professor of the Department of mass communications, Faculty of philology, RUDN University.

Contacts: e-mail: irma-irma@list.ru