

Т.Л.Каминская, А.И.Чаусов

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ: СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ

Геймификация различных сфер жизни стала фактом современного социума. Современными исследователями игра рассматривается в контексте постмодернистской парадигмы как социализация и как способ ухода от реальности, как обучающая методика и как разрушающая личность деструктивная практика. Авторы исходят из понимания игры как коммуникативной практики, которая может служить сохранению культурной памяти. В статье приводятся примеры успешного применения игр в обучающих и бизнес-моделях, медиа-практике, экскурсионной и просветительской деятельности. Особое внимание уделяется опыту новгородских деятелей культуры. Делается вывод о необходимости создания онлайн-аналогов познавательных офлайн-игр, использования технологических достижений для постижения традиционной культуры и сохранения культурной памяти.

Ключевые слова: геймификация, культурная память, коммуникативные практики, игры, постмодернизм

Современную культуру чаще всего рассматривают в контексте постмодернистского строя жизни, подчеркивая, что «научно технические достижения создают и формируют принципиально новое общество, называемое постмодернистским» [1], в котором игра стала одним из центральных понятий и может пониматься как способ социализации, культурная практика, методика обучения школьников и повышения квалификации персонала, сотворение новой реальности.

Следует отметить впрочем, что интерес к игре в контексте коммуникации существовал задолго до создания и распространения видеоигр. Понятие игры лежит в основе оригинальной психоаналитической концепции американского психолога и психиатра Эрика Берна. В середине прошлого века на основе своей клинической практики некоторые виды межличностных отношений он назвал играми. А сценарий этих игр по Берну — это подсознательный жизненный план, который формируется в раннем детстве в основном под влиянием родителей [2].

Сегодня существует несколько подходов к исследованию игр в современной культуре. Нам близок подход С.О.Осекина, который, говоря о компьютерных играх, рассматривает игры прежде всего как коммуникацию, поскольку, «поскольку процесс компьютерной игры, как и процесс коммуникации содержит одинаковые условия: социальная обусловленность; достижение взаимопонимания как цель; соответствие ряду правил и норм как условие успешной коммуникации» [3, с. 140].

Различные аспекты изучения и применения игрового подхода в современной исследовательской и творческой парадигмах осмысливает Кирилл Мартынов, отмечая, что одна из самых модных тем последних нескольких лет — «это геймификация, перенос игровых моделей в мотивацию людей, для того чтобы они что-то делали в реальном мире» [4].

И действительно, исследователями неоднократно подчеркивается важность применения игр в педагогической и управленческой практике: «Геймификация как инструмент помогает смоделировать реальную ситуацию в более простой и наглядной форме, при этом сохранив основополагающие принципы интересующей нас темы» и то, что «игровое взаимодействие с пользователем делает обучающий сервис живым, гибким» [5, с. 60].

При этом следует отметить тот факт, что потенциал именно компьютерных игр для культурно-просветительской деятельности оценен не достаточно. Рассуждая о возросшей роли компьютерных игр в современности, К.Мартынов указывает на такой парадокс, что «огромное количество людей играет, огромное количество людей работает в индустрии видеоигр, сама индустрия год от года растет, но при этом видеоигры до сих пор не считаются чем-то серьезным, что стоит обсуждать и в научном контексте, и в контексте «серьезного разговора» вообще» [4].

Действительно, что касается компьютерных игр, то о них превалирует негативные оценки экспертов современной культуры; зачастую в научном и даже медийном дискурсе компьютерные игры рассматриваются только как деструктивная практика современности, ведущая к зависимости, виртуализации восприятия, деструктивным проявлениям в реальности. Так, О.Н.Новикова рассматривает мир компьютерных игр как симулякр жизни, а игровые практики — как преимущественно деструктивные, указывая при этом, что «все знаменитые артефакты истории и культурного наследия прошли оцифровку, и зажили своей особенной жизнью в киберпространстве. Безусловно, встреча с любым произведением искусства, даже оцифрованным, всегда предполагает некий просветительский и эстетический ракурс, но, как правило, лишает человека индивидуального подхода, личного восприятия, рефлексии непосредственного чувствования, эмоционального отклика» [5, с. 26]. Опасность новой технологизированной игровой культуры исследователь видит в стремлении к гедонизму, делая при этом важные наблюдения относительно социальных перемен, не всегда негативных: «Поиск удовольствия, удовлетворения от каждого мига жизни заставляет современника постоянно быть готовым к переменам, как себя, так и окружающего пространства, порождая новый тип культурной идентичности, характеризующейся гетерогенностью и полистилистичностью» [5, с. 27].

Медиа, работающие в первую очередь в цифровой среде, активно используют трансформацию восприятия информации аудиторией [6]. Сегодня языковая игра и интертекстуальность, ставшая центральным понятием в поэтике постмодернизма, может пониматься как техника письма, копирайтинга, создания журналистского текста, когда «очевиден конструирующий компонент выразительного приема, источник которого не столько в творческом вдохновении, эмоциональном потрясении, сколько в отборе знаков культуры, их комбинировании и вторичном использовании» [7, с. 93]. Гуманитариям свойственно понимать и компьютерные игры как текст, чем обусловлен ракурс исследования с точки зрения речевых приемов игроков, текстовых практик игры и подобный [8].

Поскольку компонентом культуры всегда является информация, то и сама информация (и даже позиция медиа по общественно-политическим вопросам) может быть подана в виде онлайн-игры. Интересен с этой точки зрения пример ресурса «Медуза», которая в качестве отклика на политическую повестку дня предложила 25 апреля 2018 года своим читателям игру *Заблокируйте весь интернет. Сыграйте в Роскомнадзор. Мы надеемся, что вы проиграете!* Игра содержит правила, по которым адресат должен заблокировать часть смоделированного интернета с помощью своего мобильного устройства. При этом Телеграм ведет оборонительную войну с пользователем и может лишить его всех трех виртуальных жизней. Игра содержит пять уровней — по процентам блокировки. В комментариях «Медузы» к игре содержится как информационный повод, так и позиция ресурса по отношению к ситуации: *Уже неделю Роскомнадзор пытается заблокировать Телеграм. Полегло пол-интернета, а Телеграм по-прежнему работает у большинства пользователей. Попробуйте себя в роли Роскомнадзора и постарайтесь все-таки отрезать россиян от Телеграма.* Подчеркивая тренд геймификации медиапродуктов, В.Н.Титова выделяет признаки этого процесса. Среди них — наличие цели у адресата, возможности оценить свою информированность, увидеть и преодолеть трудности, повысить самооценку [9].

Авторы статьи исходят из позиции, что компьютерные игры — это сейчас неотъемлемая часть современной культуры и в этом смысле согласны с мнением С.С.Вдовиченко, отмечающей, что «компьютерные игры — мощный инструмент психолингвистического влияния на личность, вне зависимости от возрастной категории», при этом, «человек может как улучшить свои коммуникационные способности, лидерские качества и восприимчивость к деталям, так и стать наркоманом или шизофреником» [10, с. 111]. Компьютерные игры сегодня — специфическая культурная среда. И в ней, как и в «большой культуре», есть свое разделение на игровую культуру массовую, андеграундную, контркультуру, современной концептуальное искусство. Разделение, в общем, как и в «большой культуре» достаточно условное.

Некоторые компьютерные игры можно отнести к категории «художественные произведения», поскольку они имеют историю, драматургию, изобилуют отсылками и даже полемикой с иными художественными произведениями. В этом плане стоит вспомнить ярчайший пример такой полемики — игру Bioshok Кена Левина. По механике — это достаточно банальный «шутер от первого лица» (от английского shoot — стрелять, в русском игровом сленге — «стрелялка»). Но история, контекст и образный ряд в игре — это жесткая, саркастическая полемика с книгой Айн Рэнд «Атлант расправил плечи». Вторая часть этой же игры вообще полемизирует с образом пуританской, «старой доброй» Америки. В ряде образов демонстрируются вариации на тему квантовой механики, нелинейности времени и параллельных пространств.

Если углубляться в «инди-сектор» игровой индустрии, то там можно найти просто огромное количество концепций и идей: от описания состояния депрессии и агорафобии до победы над монстрами из собственного подсознания, как, например, в игре “Limbo”. При этом необходимо подчеркнуть визуальную эстетику игр: многие игры еще и с визуальной точки зрения являются высокохудожественными.

Если же говорить о практических навыках, то компьютерные игры, как и любая игра, моделируют ситуации и проблемы, из которых герой должен выйти тем или иным способом.

При этом есть и ММО (массовые многопользовательские онлайн-игры (англ. Massively Multiplayer Online Game), где выход из таких смоделированных ситуаций предполагает наличие слаженной команды игроков. И здесь можно приводить в пример любые коллективные проекты, от World of Warcraft до PUBG, где требуются четкие совместные действия игроков. Интересно, что многие «гильдии» и «кланы» из таких игр — это люди, которые активно общаются и за пределами игровой среды, в «оффлайне». Аудитория компьютерных игр — это не только дети и подростки, она сильно повзрослела. Огромное количество людей от тридцати и до бесконечности играет по всему миру. Самому старому геймеру в мире, британке Дорин Фокс, 79 лет. Эта пожилая леди — фанатка игровой серии GTA.

Великий Новгород располагает примерами успешной геймификации культурной памяти в экскурсионных и презентационных практиках, однако речь идет только об играх в «оффлайне». Так, летом на Ярославовом Дворище городским Домом народного творчества проводится межрегиональный фестиваль народной игровой культуры «Игры и люди» (в 2018 году уже в пятый раз). В задачах фестиваля значится *приобщение в первую очередь детей и молодежи к традиционной игровой культуре, воспитание у подрастающего поколения бережного отношения к культурному наследию своего народа* (<http://www.visitnovgorod.ru/afisha/igry-ludi.htm>). В рекламных анонсах фестиваля сообщается о возможностях *принять участие в развлекательных и фольклорно-игровых программах, поиграть в любимые игры детства, а также в забытые игры прошлого* и присутствуют названия по сути новых профессий и сфер деятельности, которых не найти в официальных перечнях: *игротехники, аниматоры*. Между тем, в экспертном интервью

новгородский культуролог Галина Путятина сетовала, что именно таких специалистов не хватает сегодня, и их требуется обучать. Она, как создатель и реализатор интерактивной экскурсии «Легенды Ярославова Дворища» (<http://visitnovgorod.ru/tours/legendy.htm>), считает, что именно через традиционные народные игры школьники и молодежь могут постигнуть и запомнить культурные практики прошлого. Упомянутая экскурсия начинается у церкви Иоанна на Опоках. Экскурсанты делятся на две команды, каждую из которых возглавляет воевода с казначеем. Два экскурсовода (по сценарию — Агафья и Забава Путятишна) раздают участникам имитационные новгородские средневековые монеты, и команды (ватаги) соревнуются на протяжении всей часовой прогулки по Ярославову Дворищу, стараясь выиграть как можно больше монет. В программе — игры на смекалку, быстроту реакции, усваивание новой информации про Ганзейский союз или правил торгового, фигурируют новгородские реалии средних веков.

Каждая церковь или место по пути экскурсии сначала становится экскурсионным объектом, о котором в занимательной форме рассказывают экскурсоводы, а затем — поводом для очередной традиционной новгородской игры. Игры экскурсанты (преимущественно иногородние школьники) осваивают на ходу. (<http://visitnovgorod.ru/tours/legendy.htm>). Используемые в экскурсии традиционные игры XII—XX веков собирались новгородскими энтузиастами (в экспедициях и по письменным источникам) начиная с 1980-го года.

Это не единственный пример использования игровых методик в экскурсионном и культурно-просветительском контексте в Новгородской области: игровая культура присутствует и в программах празднования традиционных праздников в Витославицах и во многих программах области. Так, в последнее время получают распространение квесты в «оффлайне». Первоначально слово «квест» было именем собственным и использовалось в названии популярных игр этого жанра, разработанных компанией Sierra On-Line, впоследствии квесты стали особым жанром компьютерных игр. Сегодня значение слова расширилось, и с ним связывают любые игры в «оффлайне», где надо применять смекалку, логическое мышление, скоростные качества. СМИ описывает историко-краеведческий квест в Великом Новгороде следующим образом: *После первого тура команды получили конверты с фотографиями, на которых были запечатлены фрагменты различных объектов, расположенных в Детинце и на Ярославовом Дворище. Ребята с энтузиазмом искали достопримечательности, фотографировали их и затем, приходя на финиш, предоставляли результаты жюри. Учитывалась не только скорость выполнения заданий, но также эстетика фотографий и правильное название найденных объектов* (<https://vnovgorode.ru/obshchestvo/17005-shag-v-proshloe-v-velikom-novgorode-sostoyalsya-istoriko-kraevedcheskij-kvest-nit-vremjon.html>).

О популярности квестов у молодежи говорит не только факт прибыльности бизнеса их организаторов, но и проходящий Всероссийский конкурс PR-проектов «Хрустальный апельсин», на который в качестве конкурсных работ студенты представляли разработки квестов. Кстати, применение игр в бизнесе в качестве PR-сопровождения многократно описано [11]. Так, отмечалась успешная PR-практика Сбербанка в использовании компьютерной игры PokémonGO для повышения лояльности к банку у молодежи, поскольку геймификация в бизнесе — это, прежде всего, «технология, основанная на использовании игровых привычек целевой аудитории с целью изменения потребительского поведения и управления вниманием в неигровых ситуациях. Эффективность применения технологии геймификации основана на сочетании эмоциональной заинтересованности пользователя развлечься, получить удовольствие от участия в игре и прагматично й коммерческой цели PR-субъекта — передать значимую информацию в игровой интерактивной форме» [12, с. 56].

Таким образом, игра как коммуникативная практика сохранения культурной памяти весьма продуктивна, ведь она характеризуется высокой скоростью обмена информацией, умением принимать решения, запоминать, соблюдать заявленные правила, и, что самое главное, воздействие игр можно спланировать.

В качестве вывода авторы предлагают использовать возможности форматов компьютерных игр для сохранения культурной памяти, создавая онлайн-вариации оффлайн-игр из традиционной культуры, что увеличит охват игроков среди молодежи и масштабы коммуникативных практик.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и администрации Новгородской области в рамках научного проекта № 18-411-530001 «Культурная память города в современных коммуникативных практиках».

1. Алетдинова А.А., Королева Н.С. Влияние информационно-коммуникационных технологий на тенденции постмодернистского строя жизни [Электр. ресурс] // ИТпортал. 2016. № 4(12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-informatsionno-kommunikatsionnyh-tehnologiy-na-tendentsii-postmodernistskogo-stroya-zhizni> (дата обращения: 10.05.2018).
2. Берн Эрик. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М.: Эксмо, 2014. 124 с.
3. Осекин С.О. Компьютерная игра как способ коммуникации // Культура и цивилизация. 2015. № 6. С. 139-147.
4. Мартынов Кирилл. Game Studies: Как изучают видеоигры? [Электр. ресурс]. URL: <https://postnauka.ru/talks/41340> (дата обращения: 10.05.2018).
5. Новикова О.Н. Виртуальный игровой мир как симулякр жизни // Гуманитарный вектор. 2017. Т. 12. № 3. С. 23-29.
6. Каминская Т.Л. Медиа-текст в формате сериала // Сб. статей «Медиалингвистика: IV Международный научно-практический семинар» / Под ред. Л.Р.Дускаевой, отв. ред. Н.С.Цветова. СПб., 2015. С. 166-170.
7. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб.: Изд-во «Михайлов В.А.», 2002. 383 с.

8. Часовский П.В. Языковая личность геймера // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 37(328). Филология. Искусствоведение. Вып. 86. С. 110-112.
9. Титова В.Н. Геймификация в медиа: признаки геймифицированного продукта // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 170-173.
10. Вдовиченко С.С. Речевой портрет игрока в DotA2 // Научный диалог. 2016. № 2(50). С. 9-20.
11. Степичева А.Б., Зенина Ю.А. Геймификация как инструмент управления корпоративной культурой // Стратегический и инновационный менеджмент. 2017. № 1(1). С. 56-65.
12. Быкова Е.В., Таранова Ю.В. Геймификация как pr-тренд в бизнес-коммуникации (на примере мобильного приложения pokémon go) // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. 2016. Т. 2. № 2. С. 55-63.

References

1. Aletdinova A.A., Koroleva N.S. Vliyaniye informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologiy na tendentsii postmodernistkogo stroya zhizni [Impact of information and communication technologies on trends in postmodern life]. ITportal, 2016, no. 4(12). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyaniye-informatsionno-kommunikatsionnykh-tehnologiy-na-tendentsii-postmodernistskogo-stroya-zhizni> (accessed: 10.05.2018).
2. Bern Ehrik. Igry, v kotorye igrayut lyudi. Lyudi, kotorye igrayut v igry [Games People Play]. Moscow, 2014. 124 p.
3. Osekin S.O. Komp'yuternaya igra kak sposob kommunikatsii [Computer game as a way of communication]. Kul'tura i tsivilizatsiya, 2015, no. 6, pp. 139-147.
4. Martynov Kirill. Game Studies: Kak izuchayut videoigry? [Game Studies: How to study video games?]. Available at: <https://postnauka.ru/talks/41340> (accessed: 10.05.2018).
5. Novikova O.N. Virtual'nyy igrovoy mir kak simulyacr zhizni [Virtual game world as a simulation of life]. Gumanitarnyy vektor, 2017, vol. 12, no. 3, pp. 23-29.
6. Kaminskaya T.L. Mediatekst v formate seriala [Mediatext in the format of the series]. Coll. of papers "Medialingvistika: IV Mezhdunarodnyy nauchno-prakticheskiy seminar". Saint Petersburg, 2015, pp. 166-170.
7. Smetanina S.I. Media-tekst v sisteme kul'tury (dinamicheskie protsessy v yazyke i stile zhurnalistiki kontsa XX veka) [Mediatext in the system of culture]. Saint Petersburg, 2002. 383 p.
8. Chasovskiy P.V. Yazykovaya lichnost' geymera [Language personality of the gamer]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2013, no. 37(328), Filologiya. Iskusstvovedenie ser., iss. 86, pp. 110-112.
9. Titova V.N. Geymifikatsiya v media: priznaki geymifitsirovannogo produkta [Gamification in media: signs of a gamified product]. Zhurnalistitskiy ezhegodnik, 2015, no. 4, pp. 170-173.
10. Vdovichenko S.S. Rechevoy portret igroka v DotA2 [Speech portrait of a DotA 2 player]. Nauchnyy dialog, 2016, no. 2(50), pp. 9-20.
11. Stepicheva A.B., Zenina Yu.A. Geymifikatsiya kak instrument upravleniya korporativnoy kul'turoy [Gamification as a tool of corporate culture management]. Strategicheskii i innovatsionnyy menedzhment, 2017, no. 1(1), pp. 56-65.
12. Bykova E.V., Taranova Yu.V. Geymifikatsiya kak pr-trend v biznes-kommunikatsii (na primere mobil'nogo prilozheniya pokémon go) [Gamification as a PR-trend in business communication (by the example of pokémon go mobile application)]. Strategicheskie kommunikatsii v biznese i politike, 2016, vol. 2, no. 2, pp. 55-63.

Kaminskaya T.L., Chausov A.I. Gamification of cultural memory: contemporary communicative practices. Gamification of various spheres of life has become a fact of modern society. The game is considered both as socialization, and a way of leaving reality, as an educational technique, and as destructive practice destroying the personality. The authors proceed from the understanding of the game as a communicative practice that can serve to preserve cultural memory. The article gives examples of successful use of games in educational and business models, excursions and educational activities. Special attention is paid to the experience of Novgorod cultural figures. The article concludes that it is necessary to create online analogs of cognitive offline games, to use technological achievements for the comprehension of traditional culture and preservation of cultural memory.

Keywords: gamification, cultural memory, communicative practices, games, postmodernism.

Сведения об авторах. Т.Л.Каминская — доктор филологических наук (специальность 10.01.10 — журналистика), доцент, заведующая кафедрой журналистики НовГУ имени Ярослава Мудрого; tlkam1@mail.ru; А.И.Чаусов — кандидат исторических наук, доцент кафедры журналистики НовГУ имени Ярослава Мудрого; a4ausov@gmail.com.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 15.05.2018.