ЯНА ЯКУБА

fira2010@mail.ru

МЕДИАТИЗИРОВАННАЯ ИГРА – ВСЁ ЕЩЁ ИГРА?

Под термином «медиатизация» понимают, как правило, процесс развития медиасферы и сопутствующая ему трансформация традиционных культурных и социальных форм под воздействием средств массовой информации и коммуникации. С нашей точки зрения, под медиасферой следует понимать сегодня всю искусственно созданную среду человеческой деятельности и общения, рассматриваемую содержательно (по отношению к ее форме – механической, физической или иной реализации в виде сетей коммуникаций или т.п.) как социокультурный феномен. Медиатизация коснулась не только СМИ, но и всех социальных и культурных процессов, таких как политика, образование, спорт, искусство. Главными «посредниками» считают ТВ и интернет. Благодаря их массовому распространению, аудиовизуальной направленности, зрелищности, интерактивности они не только репрезентируют феномены культуры, общественной жизни, но и привносят в них черты самого канала коммуникации. Например, в трансляции спортивных мероприятий телевидение с помощью новых визуальных эффектов создаёт принципиально новый контент - симбиоз традиционного спорта и яркого развлекательного зрелища. Опосредованное телевидением, зрелищем становится всё что угодно – политика, судопроизводство, образовательные и научно-популярные передачи и т.д. Интернет как среда и канал коммуникации также имеет ряд важных черт (мультимедийность, интерактивность, интерсубъективность), которые он привносит в репрезентируемые феномены действительности.

Одним из самых медиатизированных феноменов культуры можно назвать феномен игры в широком культурологическом её понимании. Йохан Хейзинга в своей работе «Homo ludens» («Человек играющий») рассматривает концепцию игрового характера культуры. Игра старше культуры, игра предшествует культуре, игра творит культуру - таков лейтмотив концепции Хейзинги.

В «Энциклопедии постмодернизма» даётся такое определение игры: «Разновидность физической и интеллектуальной деятельности, лишённая прямой практической целесообразности и представляющая индивиду возможность самореализации, выходящей за рамки его актуальных социальных

ролей». Нельзя не согласиться с голландским историком и исследователем культуры Йоханом Хейзинга в отношении того, что игра охватывает человеческую деятельность во всех её проявлениях: «С давних пор я все более определённо шёл к убеждению, что человеческая культура возникает и разворачивается в игре, как игра» (Хёйзинга 2011: 7).

Маршалл Маклюэн толкует понятие игры в социальном контексте: «Игры – это народное искусство, коллективные, социальные реакции на основной импульс или воздействие той или иной культуры» (Маклюэн 2007: 4).

Процесс игры, по Хейзинга, включает всю общественную и культурную человеческую деятельность. Сопутствующее развитию человека появление и изменения символов, религиозных и культурных границ, не является изменением правил игры, это и есть сама игра. Само существование человека, его творческое развитие, появление культурных феноменов является игрой. Способность облекать в игровую форму все стороны собственной жизни становится доказательством творческого начала человека.

Йохан Хейзинга условно разделяет игры на несколько видов: одиночные (пасьянс), агональные (спорт) и азартные (игра в кости). В современной массовой культуре мы наблюдаем медиатизацию всех видов игр и многократное увеличение разнообразия всевозможных форм. Благодаря развитию технических средств появились мультимедийные компьютерные и консольные игры, как однопользовательские, так и многопользовательские онлайн-игры. Разнообразие различных видов одних только компьютерных игр поражает – здесь можно найти и спортивные (в том числе те, что предполагают физические действия участников), и одиночные игры различных жанров (от компьютерных версий традиционных настольных игр до ролевых, стратегических, приключенческих и др.), и азартные (всевозможные онлайн-казино, карточные и т.д.).

В своей работе (Хейзинга 2011: 7) автор выделяет основные характеристики феномена игры:

- Игра как проявление свободы.
- Игра — это не «обычная» или «реальная» жизнь.
- Игра отличается внутренними правилами, законами и принципами.
- Игра требует абсолютного и полного порядка.
- Целью игры не могут быть никакие материальные интересы.

Главными принципами игры учёный считает: избыточность (игра не является необходимой для выживания, не удовлетворяет естественных потребностей), напряжение и неопределённость, состязательность, повторяемость. Сущность игры Хейзинга сначала определяет как одновременную несерьёзность и серьёзность. Затем он замечает, что игра

лишена принуждения и ей предаются в свободное время и в особом «игровом пространстве».

Целью игры автор считает представление, образное изображение чего угодно, смыслом же игры является она сама – процесс игры и получаемое от неё удовольствие. Лишь в более поздней стадии развития общественной жизни игре стали приписывать функции изображения и моделирования представлений о реальной жизни.

Для игры необходимо соблюдать её внутренние принципы и правила, подлинная культура требует "благородной игры". Позднебуржуазная культура, по мнению учёного, теряет игровую традицию. Автор предупреждает о порче, разрушении культуры, уходящей от своих истоков. Игра, наполненная эстетическими моментами, творящая духовные ценности, - ранее культуроформирующий фактор, - переродилась в суррогат игровой деятельности - в массовый спорт. Из единства духовного и физического он сохранил только зрелищную физическую сторону.

Медиатизация искусства и спорта привела к значительной трансформации игровой составляющей этих культурных феноменов. Особо необходимо выделить, что зрителей стало значительно больше чем участников. И в случае массового спорта, и во многих видах искусства (хореографического, театрального), лишь избранные принимают участие в «культурной игре». Остальной массе достаётся роль статистов, зрителей, которые лишь опосредованно включаются в процесс. Медиатизированная игра становится делом «элиты» – спортсменов, актёров, танцоров и т.д.



По мнению же Йохана Хейзинга, культурная игра - общественная и общедоступная. Чем больше в ней участников и меньше зрителей, тем плодотворнее она для личности. Духовное напряжение игры, по мнению

Хейзинги, утратило даже искусство. В искусстве обособились две стороны художественной деятельности: свободно-творческая и общественно-значимая. Масса людей лишь потребляет искусство, но оно не является необходимой частью её жизни.

Если рассмотреть медиатизированную игру с точки зрения теории фреймов И. Гофмана, то мы увидим множество сложностей, связанных с определением ключевых характеристик игрового взаимодействия.

Игра, по мнению И. Гофмана, это «транспонированное» социальное действие, перенесённое из реальной действительности и заключённое в «кавычки». Ключевым здесь является понятие «транспонирования» реальности – переключения из одной системы фреймов в другую. Одно и то же действие, в зависимости от контекста может быть переключённым в другую реальность. Например, бег по утрам отличается от бега на соревнованиях, детской игры в «догонялки», благотворительного марафона, и ситуации, когда родители, играя со своим ребёнком, делают вид, что убегают от него, но в конце игры всегда дают себя догнать. Каждый человек с лёгкостью различает все эти ситуации и признаёт, что сам фрейм «бег» будет отличаться не только своими характеристиками как скорость и интенсивность, но и другими, дополнительными параметрами, диктуемыми системами фреймов.

Опосредованность игрового взаимодействия техническими средствами создает сложности в определении некоторых его важных параметров, например, проблематичной видится фигура субъекта игрового взаимодействия. Достаточно сложно назвать игроком в полной мере профессионального футболиста, играющего за деньги, участвующего в составе команды в соревнования различного уровня, в том числе международного. На данном уровне профессиональный футбол, как спорт и одновременно массовое развлечение, принципиально отличается от детской игры в мяч. Ещё сложнее определить роль в данном взаимодействии зрителей у экранов телевизора или болельщиков на стадионе. Они не являются игроками – непосредственными участниками интеракции, но однозначно включены в процесс взаимодействия. Их позицию можно назвать ролью «включённого зрителя» - это уже не активный субъект, но и не пассивный наблюдатель (как люди, узнающие счет матча в новостях или случайный посетитель спортбара).

Позиция «включённого зрителя» с точки зрения Й. Хейзинги выглядит достаточно странно, ведь, по его мнению, в игре должны и могут быть только игроки, участвующие и полностью включённые в процесс игры. Так, например, в игровых ритуалах традиционных сообществ весь клан должен был принимать участие, у всех была собственная роль в ритуальном действии. И. Гофман в своих работах уже не так строг к игровым формам взаимодействия – зрители

есть и в театре, на примере которого он объясняет «ключ» выдумки для транспонирования реальности, и в спортивных состязаниях вроде Олимпийских игр. Другое дело, что можно поставить вопрос – для всех ли категорий участников взаимодействия оно может считаться игровым?



Как мы помним, Хейзинга предлагал несколько ключевых принципов, характеризующих игру – внутренние правила и законы, отличающие ее от реальной действительности и смысл игры, заключенный в ней самой. Медиатизированная игра не всегда отвечает всем этим принципам. Сложно сказать, что смысл профессионального массового спорта заключен в самом процессе игры и целью не является никакой материальный интерес. Массовизация и медиатизация профессионального спорта привели к тому, что экономический интерес играет главную роль в данном явлении. Этим он принципиально отличается от просто игры в футбол. Можно сказать, что как раз тиражирование игры с помощью медийных средств для массовой аудитории превращает взаимодействие в неигровое. Оно несёт уже совершенно иные смыслы.

Отчасти это связано и с субъектами взаимодействия – игра остаётся игрой до тех пор, пока во взаимодействии не участвует никто, кроме игроков. Появление в ней других видов участников – зрителей, статистов, болельщиков – как бы «возвращают» игровое взаимодействие из реальности игры в первичную реальность. Медиатизированную игру уже не назовёшь несерьёзной – ей приписывают совершенно другие смыслы, отличные от тех, которые были вложены изначально.

Однако часть правил, описывающих игровое взаимодействие, работают и в случае медиатизированных игр. Они всё ещё создают особое игровое пространство (например, футбольное поле), ограничены собственным хронотопом (разделение матча на таймы определённой длительности), игроки

обязаны соблюдать внутренние правила и законы игры, за чем следят арбитры. Несмотря на это, правила игры действуют только на игроков – тех, кто непосредственно участвует во взаимодействии. На остальных участников взаимодействия законы и правила не распространяются, они лишь воспринимают их как часть игрового процесса.

Для решения проблемы субъекта игры мы можем обратиться к такому параметру любого социального взаимодействия как «вовлеченность». Вовлеченностью называют уровень направленности субъекта на объект, его «включенность» во взаимодействие. Гофман различает полную, частичную, доминирующую и фоновую вовлеченность. Игрок всегда демонстрирует полную вовлеченность в процесс игры, а вот другие категории участников могут по-разному включаться во взаимодействие. Ясно, что некоторые зрители будут полностью увлечены процессом, другие частично, третьи вообще могут совмещать просмотр с другой деятельностью. Получается, что не для всех участников игрового взаимодействия оно будет являться таковым. В таком случае остаётся открытым вопрос о том, можно ли считать медиатизированную игру игрой?



Список литературы:

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. — М.: КАНОН-ПРЕСС, 2000.

Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. — М.: Ин-т социологии РАН, 2004.

Кириллова, Н.Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации : Дис. ... д-ра культурологических наук : 24.00.01 Москва, 2005. 354 с.

Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. — М.: Кучково поле, 2007. — 464 с.

Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. - Мн.: Книжный Дом. 2003. - 1280 с.

«Человек играющий» и игра как феномен культуры в творчестве Хейзинги, Ортеги-и-Гассета и Г. Гессе. http://www.countries.ru/library/ideas/igra.htm

Хейзинга Й. Homo Ludens. Опыт определения игрового элемента культуры /Сост. пред. и пер. с нидерл. Д. С. Сильвестрова; СПб.: Издательство Ивана Лимбаха , 2011 – 416 с.