

ТЕЛЕВИДЕНИЕ ЦИФРОВАЯ СРЕДА



Фото С. Уразовой



Игра на телеэкране как форма эффективной коммуникации

И.И. Волкова

кандидат филологических наук, доцент

Телевидение эпохи постмодерна тяготеет к игровым программам, и это закономерно. Телевизионная игра в вариантах game и play помогает разрешить противоречия между реальным и воображаемым через переживание состояния потока, которое нередко возникает в пространстве игровых коммуникаций. Сетевой этап развития системы средств массовых коммуникаций (ССМК), частью которой является ТВ, неизбежно связан с игрой, преодолевающей дискретность современной реальности.

УДК 654.197

АННОТАЦИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

игра, игровые коммуникации, game и play, телевизионный процесс, телеигра, зрительная зона

Феномен игры привлекает внимание исследователей издавна. Ученые разных специальностей (философия, психология, социология, математика, политология, педагогика и др.) во все времена пристально всматривались в алгоритмы и эффекты игрового процесса, находя там рациональные идеи. Библиография по теме хронологически протяженна и обширна. Но ограничимся упоминанием великолепной пятерки классиков-игроведов (назовем их так), создавших своеобразный фундамент для научной постройки «игровые коммуникации», которую попытаемся декорировать применительно к ТВ: Й. Хейзинга, Р. Кайуа, Ф. Шиллер, Э. Берн, Д. Эльконин. Наш главный тезис: контент современного телевизионного вещания «пакуется» в игровую модель коммуникации по объективным причинам, эта тенденция не является привнесенной извне или навязанной субъективной волей, она отражает специфику телевещания эпохи постмодерна.

Процесс важнее результата

У телевидения с игрой особые отношения, построенные на взаимной симпатии. Можно объяснить, почему так случилось, сравнивая игровой процесс и телепередачу как схожие информационные системы. Отметим существенное: и телепередача, и игра — коммуникационные процессы, создающие новые струк-

туры. Игра и ТВ совпадают по процессуальному структурному алгоритму: важен не столько финал развития событий, сколько путь к результату.

В. Саппак на излете 1950-х отмечал, что сакральное предназначение телепередачи — наблюдение за переживающим, думающим человеком, который при этом может действовать или пребывать в статике, говорить или молчать — неважно. Зрительская сопричастность гарантирована, если в рефлексивной динамике нет притворства. Стоит уточнить: излюбленный объект наблюдения для телекамеры и, соответственно, для телезрителя — момент творения мысли, эмоции, поступка, предмета, произведения. В центре внимания может быть человек, здесь и сейчас принимающий решение (ответ на вопрос после минуты обсуждения в «Что? Где? Когда?»), переживающий сильные эмоции, которые сменяются в естественном развитии (прямой репортаж со спортивного поединка) или что-то иное, определяющее тот самый акт рождения одного из другого (сериал «Из чего это сделано» телеканала Discovery). Интеллектуально-творческий предметно-объектный диапазон огромен — от движения «миража ускользящего» (Г. Аполлинер) до цепочки операций по изготовлению бильярдного кия. Отличительное качество — непосредственность, естественность процесса: «На “дистанции доверия”, создаваемой телевидением, опасны все виды попыток нравиться, все повышенные заботы об этом»¹. Через какой контент легче всего реализовать «непревзойденную способность телевидения добиваться вовлечения аудитории»?² Какой процесс априори предполагает естественность, раскованность? На наш взгляд, идеально подходит игра.

С развитием телевидения игра в разных ипостасях сразу начала обживать экранное пространство, и совсем не случайно она была востребована. Что такое игра? Преодоление, усилие, развитие, эмоции. Игра интересна ТВ качествами, которые можно объединить понятием «документальность»: импровизационность, непредсказуемость, «образы жизни» (С. Дробашенко), переживание. Документальность игры обладает еще одним ценным для ТВ свойством — с помощью игр мы трансформируем и улучшаем то, что нас окружает. Вспомним М. Маклюэна: «Игра — своего рода искусственный рай вроде Диснейленда, некое утопическое видение, с помощью которого мы интерпретируем и достраиваем смысл нашей повседневной жизни»³.

В игре интересен процесс, как раз то, за чем охотится телекамера. Через процессуальность трактует игровую модель коммуникации Г. Почепцов: «Игровой элемент коммуникации...

¹ Саппак В. Телевидение и мы: четыре беседы. М.: Искусство, 1988 // URL.: http://sbiblio.com/biblio/archive/sappak_television/ (дата обращения: 05.02.2014).

² Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2011. С. 387.

³ Там же. С. 271.

⁴ Почеппов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Ваклер. К.: Рефл-бук, 2001. С. 210.

связан, с одной стороны, с вниманием к аудитории, с другой — значимым становится не только и не столько содержание передаваемого, как сам процесс передачи. Процесс становится коммуникативным»⁴.

Казалось бы, игровые коммуникации, игры, в силу своих имманентных качеств просто созданы для телеэкрана. Если бы! Игра как форма активности столь многогранна и многослойна, что ее союз с ТВ неоднозначен и часто вызывает неудобные вопросы.

Игра игре рознь

Слово «игра» обозначает, как минимум, два понятия, у которых, с точки зрения телеэстетики, больше различий, чем общего. Социологическое исследование «Игра и я», проведенное автором статьи в 2013 году, наглядно продемонстрировало разницу в понимании, что есть игра у представителей разных поколений⁵. Зачастую, говоря об игре, в том числе о ее телевизионном воплощении, бабушки и внуки имеют в виду разные явления. Для первых *игра* — развлечение («сделал дело, гуляй смело»), для вторых — работа по самопознанию («пересоздай себя, играй»). И в том и в другом смысле игра отражает философскую категорию «особое отношение к миру». Нагляднее всего это отношение выражено в английских словах *game* и *play*, которые на русский язык переводятся одинаково — игра. Главный типологический признак *игры* и в случае *game*, и в случае *play* — преодоление реального мира, изменение его, конструирование иного пространства. Но по разным сценариям.

Game — игра по заранее установленным правилам. Игровой мир отличается от реального четкой структурой, наличием строгих правил. *Game* — способ преодоления противоречий мира постмодерна, который, с позиций человека играющего, воспринимается как хаос. Задача — доказать свое превосходство (интеллектуальное или физическое) над соперником, испытать себя в условиях игровых запретов. В *game* игрок отрешается от стихийности и непредсказуемости неигровой деятельности.

Напротив, *play* — свободная игра, не связанная с формальными ограничениями. В *play* нет препятствий для самовыражения, игровое пространство превращается, по М. Эпштейну, в зону вольности, которая опровергает правила внешнего мира, ломает условности, стирает различия, раскрывает потенциал импровизации. Особая привлекательность *play* в том, что «любые ограничения серьезной жизни могут в ней легко преодолеваться. Так бурно, бесшабашно, безоглядно играют дети: возятся, толкаются, устраивают кучу-малу»⁶. *Game* на телеэкра-

⁵ См.: Волкова И.И. Поколенческая специфика восприятия игрового медийного контента // URL.: <http://www.science-education.ru/113-11154>. — Прим. авт.

⁶ Эпштейн М. Парадоксы новизны: о литературном развитии XIX–XX веков. М.: Советский писатель, 1988 // URL.: http://www.booksite.ru/localtxt/epsh/tein/epshtein_m/parad_nov/28.htm (дата обращения: 05.02.2014).

не: спортивные трансляции, «Поле чудес», «Что? Где? Когда?», «Куб», «Фабрика звезд» и др. Play в телевизионном воплощении: «Хорошие шутки», «КВН», «Последний герой», «Большая разница», «Один в один» и др. В play игроки не противопоставляются друг другу как в game, а объединяются (хотя внешне, согласно сценарию, может быть и противопоставление).

Игры на телеэкране в своих двух ипостасях, на наш взгляд, одинаково желанны в масштабе всего общества, поскольку «перекрывают» потребность практически всех телезрителей «исправить несовершенство мира» (или упорядочить, или демократизировать). Подобное активное отношение индивидов к социуму спровоцировано переходом к этапу сетевого развития системы СМК⁷. С появлением новых коммуникационных технологий телезритель получает паттерн активности, а ситуация постмодерна только провоцирует реформистские настроения. Game и play дают им выход.

Но проблема в том, что любители play с подозрением относятся к game и наоборот. Отсюда массивная двусторонняя критика отечественных телепрограмм федерального эфира. Зачастую водораздел связан с проблемой экранного «лицедейства». Телеигра может быть созидающей, деструктивной, но главное, чтобы она была искренней, не превращалась в «как бы игру», в трансляцию эмоций на публику («Федеральный судья», «Дом-2», ряд эпизодов «Последнего героя» и др.). Особенно если эти эмоции *нарочито* свободны, что невозможно в play. Превращение спортивных игр в «как бы игру» демонстрируют ТВ-трансляции (изменение правил, внесение элементов хаоса в упорядоченность game). И получается, что идеальный для ТВ игровой контент может быть испорчен навязанными «правилами игры». Но это отнюдь не вина ТВ, а общая установка на имиджмейкерство, на «нарциссизм»⁸.

От содержания к форме

Если на заре телевидения игры были частью *содержания* вещания, то теперь игра выступает в качестве системообразующего феномена, *структурного начала* телепрограмм. И тут нас поджидает двойственность этого формата, естественным образом воплотившая двойственность понятия «игра». С одной стороны, это ставка на развлекательность, шоу, с другой — установка на реализм игрового действия. Возникает вопрос: игра — это развлечение или нечто другое?

Телеигры в функциональном плане были впервые осмыслены в теории журналистики отечественным исследователем Э. Багировым в 1970-х годах. Он классифицировал экранный

⁷ См.: Пряхин М.Н. Типология средств массовой коммуникации (по Ю.П.Буданцеву) // URL.: <http://rudn.monplezir.ru/ssmk.html> (дата обращения: 05.02.2014).

⁸ См.: Уразова С.Л. От «зеркала Нарцисса» к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени: монография / Литература по культуре и искусству. М.: Русника, 2013. 392 с.

контент программного вещания по четырем основаниям: функция, содержание, форма и адресат. По Багирову, трем базовым типам телесообщений (телепублицистике, научному и художественному вещанию) соответствуют три преобладающих функции — информирование, обучение, воспитание. «Развлекательным программам, как и публицистике, науке, искусству, соответствует вне телевидения своя традиционная сфера культуры. Это различного рода игры, состязания... Основное назначение спортивных зрелищ, показа конкурсов и игр на телеэкране — рекреация»⁹. Получается, базовая функция телеигры — развлечение, но есть и другие: «Преобладание рекреативной функции, присущей различным видам телевизионных игр, не означает отсутствия у них других функций»¹⁰. Уже тогда было ясно, что игры на ТВ не только развлекают зрителей, они полифункциональны. Для журналистики особо важна не столько гедонистическая природа игры, сколько ее развивающий характер. В функциональном смысле — это и развлечение, и обучение, и воспитание. И, как показывает современное развитие телеигр, — коммуникация.

Полифункциональность телеигр была частично дезавуирована явлением инфотейнмента: развлекательный характер контента часто выразился именно в игровизации. Вообще игровизация (геймификация) — глобальное явление, характерное для современного мира, означает привнесение в неигровой процесс элементов игры. Несколько лет назад консалтинговая компания Gartner, мировой лидер в исследовании рынка информационных технологий, констатировала: геймификация преодолела этап технологического триггерства и оказалась на пике чрезвычайных ожиданий¹¹.

Телевизионную игру можно рассматривать в традиционных дефинициях: как *жанр*, который складывается из совокупности предмета, функции и метода. Но точнее считать телеигру *формой* (классификация Багирова), в которой при общем функциональном игровом коде возможны жанровые варианты. Телеигры зачастую имеют подзаголовки, которые отражают различия в подаче: интеллектуальное казино («Что? Где? Когда?»), заседание клуба («КВН»), капитал-шоу («Поле чудес»). В телепрактике широко используется понятие «игровой формат» — определенный способ оформления продукта журналистской деятельности, ориентированный на коммерческий успех у массовой аудитории. *Телеформат* является основой шоу. Он подразумевает не только идею, но и ее исполнение, технические нюансы, визуализацию, музыку, ведущих, костюмы, световое и прочее оформление. Формат — это еще и юридический термин: телеформаты, защищен-

⁹ Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978. С. 98.

¹⁰ Там же.

¹¹ См.: Письменный А. Главные технологии 2012 года по версии Gartner: Big Data, 3D-печать, геймификация и другие // URL.: <http://www.computerra.ru/37619/vot-samyie-obsuzhdaemyie-tehnologii-2012-go/> (дата обращения: 05.02.2014).

ные авторским правом, продаются и покупаются. Зарубежные игровые телеформаты, представленные на отечественном экране, действительно, представляют собой шоу («Куб», «Форт Боярд»), частично адаптированные для российской аудитории. Среди них есть игры-шоу, эксплуатирующие миф о низменности человеческой природы («Слабое звено», «Адская кухня»). Заметим, что игры-долгожители — «Что? Где? Когда?» и «КВН» — являются оригинальными, придуманными в нашей стране. Но телеигра не обязательно должна быть зрелищной, презентовать шоу. Более того, ряд исследователей указывает на зрелищность как «исключительно случайный признак игры»¹². Шоу отнюдь не гарантия успеха: раскованность, как тонко подметил документалист Д. Луньков¹³, еще не состояние, это только загрузочная основа. Экранные игры постепенно мигрируют в сторону реального телевидения. Недавний проект «Голос», оставаясь, по сути, шоу-конкурсом, продемонстрировал это в полной мере.

¹² См.: Вольнов В. Феномен игры: открытая лекция. СПб.: Санкт-Петербургская консерватория, 2005. С. 31.

¹³ Луньков В. Наедине с современником: Записки режиссера документальных фильмов. М.: Искусство, 1978. С. 120.

Пространство телекоммуникации

Классическая концепция игровой коммуникации — две соперничающие стороны, но частую формирует третья — это зрительная зона (аудитория), которая видоизменяет процедуру, если игроки знают о ее присутствии. С появлением формата ток-шоу зрительная зона разделилась на внутреннюю игровую и внешнюю заэкранную. Игровая коммуникация приобрела перформансное содержание, и драматургическая коллизия телеигр, на наш взгляд, теперь заключается в преодолении театральности. Секрет долгожительства «Поля чудес» как раз в этом! Здесь игроки не отгадывают слова, а соревнуются с ведущим. Они по-актерски демонстрируют себя зрителям (и внутренним и заэкранным) в «нужном», как им кажется, имидже. Ведущий в процессе общения возвращает гостям естественность, нейтрализует перформанс, заставляет забыть о зрителях и быть самими собой. Таким образом, игровая парадигма перерабатывается, ломая стереотип викторины — game.

Публичная коммуникация перестает быть таковой и в случае телеигр, которые с развитием интерактивных технологий получают дополнительные коммуникативные возможности (сетевые порталы телепередач, голосования, интернет-обсуждения, превращение в компьютерные игры и пр.), зрители все чаще становятся участниками игрового процесса, и это учитывают создатели игрового телеконтента. По Маклюэну, «самыми эффективными являются программы, в которых предлагаются ситуации, представляющие какой-либо процесс, требующий довершения»¹⁴.

¹⁴ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2011. С. 365.

Почему телеигры так любимы и желанны? Только ли потому, что развлекают? На наш взгляд, игры имманентно отражают желание индивида эпохи постмодернизма переиначить мир по-своему (упорядочить или разрушить) и обрести в этом процессе особое состояние. Оно было описано М. Чиксентмихайи и названо им «состоянием потока». Первичен «поток» игрока, когда «радость возникает на границе между скукой и боязнь не справиться, когда сложность задачи соответствует уровню мастерства, необходимому для ее решения»¹⁵, люди испытывают счастье (состояние «потока»), обладая возможностью преодолевать трудности и решать поставленные задачи. Аналогичные эмоции возникают у телезрителей в момент игрового коммуницирования в зрительной зоне: зритель ликвидирует дискретность восприятия, вовлекаясь в игровую поток. Можно сопоставить эту концепцию с трактовкой специфики ТВ по В. Михалковичу. Философ полагает, что ТВ работает не столько для того, чтобы «информировать и развлекать — это способны делать и другие средства, сколько для того, чтобы замостить, ликвидировать зияние между “я” и “не-я”... ТВ — зрелище мира, каковое разворачивается перед человеком у приемника ради превращения Реального и Символического в Воображаемое...»¹⁶. Как уже отмечалось, телеигра — это способ создания новой структуры — коммуникационной, внутри которой противопоставление «я — мир» сглаживается и нивелируется. Это ли не убежище, защита от постмодернистского хаоса? ■

¹⁵ Чиксентмихайи М. Поток: психология оптимального переживания // URL.: <http://lib.rus.ec/b/441212> (дата обращения: 05.02.2014).

¹⁶ Михалкович В. О сущности телевидения // URL.: <http://www.vuzlib.org/books/> (дата обращения: 05.02.2014).

ЛИТЕРАТУРА

1. Багиров Э.Г. *Очерки теории телевидения*. — М.: Искусство, 1978.
2. Маклюэн Г.М. *Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева*. — М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
3. Михалкович В. *О сущности телевидения* // URL.: <http://www.vuzlib.org/books/> (дата обращения: 05.02.2014).
4. Сappaк В. *Телевидение и мы: Четыре беседы*. — М.: Искусство, 1988 // URL.: http://sbiblio.com/biblio/archive/sappak_television/ (дата обращения: 05.02.14).

REFERENCES

1. Bagirov Je.G. *Ocherki teorii televizionija [Essays on the Theory of Television]*. — М.: Iskusstvo, 1978.
2. Maklujen G.M. *Ponimanie media: Vneshnie rasshirenija cheloveka [Understanding Media: The Extensions of Man]*. — М.: Zhukovskij: «KANON-press-C», «Kuchkovo pole», 2003.
3. Mihalkovich V. *O sushhnosti televizionija [About the Nature of Television]* // URL.: <http://www.vuzlib.org/books/> (дата обращения: 05.02.14).
4. Sappak V. *Televizionie i my: Chetyre besedy [Television and We: Four Conversations]* // URL.: http://sbiblio.com/biblio/archive/sappak_television/ (дата обращения: 05.02.14).

Game on TV as a form of effective communication

I.I. Volkova

PhD(Philology), Associate Professor

UDK 654.197

ABSTRACT: Postmodern television gravitates to the game programs. This process takes place not only in Russia but all over the world as a manifestation of a general trend. TV is a part of the system of mass communication which has moved onto the network stage inevitably linked with the game. A game helps to overcome the discreteness of contemporary reality. Due to objective reasons the present-day content of television broadcasting is packed in a game model of communication. This tendency is not introduced from the outside or imposed upon the subjective will; it reflects the specificity of television broadcasting of the postmodern.

Both the telecast and game are the communication processes creating new structures. On the one hand, they coincide in algorithm: the result is not as important as the process itself. On the other hand, the very word *game* is multi-faceted and multi-layered in Russian language, and its alliance with TV is controversial. Maybe mainly due to linguistics. Game and Play are different in meaning but there is only one word игра (*igra*) in Russian, that unifies significance of two English words. In 2013 the sociological study "Game and Me" was held in Moscow under the supervision of the author. It demonstrated the fact of generational variations in understanding of the word. For grandparents' cohort *igra* is fun; entertainment and a kind of work aimed at self-knowledge for generation of grandchildren. In both cases, the game reflects the philosophical category of "special attitude to the world". With the advent of new communication technologies, TV viewer gets an impulse of activity and the postmodern situation provokes reformist moods. Game and Play provide an escape from reality. Fans of play are suspicious of game and vice versa. This is the problem. Therefore, the pretence of two-sided criticism of television programs is considered hereafter. Screen pretence is often criticized. TV game may be constructive or destructive, in all circumstances being genuine without any conversion to quasi game. The dramatic collision of modern TV games is overcoming the theatricality and the "quasi game" situation. TV games obviously will be evolving along this trend.

KEY WORDS: game, game communication, game and play, television process, game show, the visual area