Контрольная работа

Игра и геймификация в пространстве современной коммуникации

Содержание

1. Игра как феномен культуры

2. Геймификация как метод взаимодействия с аудиторией

3. Игра в структуре политической коммуникации

Литература

. Игра как феномен культуры

То, что игра - это серьезный, заслуживающий внимания, феномен, осознаётся на разных уровнях и в абсолютно разных сферах нашей жизни. Так, об игре как о феномене культуры, высказывались многие представители политики. В 2006 году министр культуры Франции Рено Доннедье де Вабр публично признал компьютерные игры искусством, а также высказал мнение о том, что компаниям-создателям компьютерных игр необходимо оказывать государственную поддержку наравне с той, которую получают киностудии. Таким образом, государство, финансируя такие компании, может получить возможность оказывать влияние на концепции создаваемых игр. В 2008 году Совет по вопросам культуры в Германии также признал компьютерные игры искусством.

Помимо политических высказываний игра также выступает объектом изучения в научной сфере.О сущности, структуре и функциях игры писал в своих работах Ф. Шлегель и многие другие исследователи. О том, что игра является важной культурной и докультурной практикой, немало сказано в работе Й. Хейзинги «HomoLudens». Игра с позиции бессознательного рассматривается в трудах Э. Бернаи З. Фрейда.

В разные исторические этапы представления об игре были различны. Достаточно подробно игровые концепции в отдельно взятую эпоху, начиная с античности и заканчивая 21 веком, описывает М. А. Гузик в своей книге «Игра как феномен культуры». Коротко ознакомимся с ними.

Древние греки рассматривали игру с позиции хорошего средства для воспитания и обучения. Например, Платон считал: «человек, желающий стать достойным в каком бы то ни было деле, должен с ранних лет упражняться, то забавляясь, то всерьез, во всем, что к этому относится». А главная задача воспитателя - подбирать для детей наиболее подходящие игры, чтобы с их помощью направлять склонности учеников к занятиям, в которых впоследствии они достигнут совершенства. Помимо воспитательной функции философ видел в играх некоторую сакральность, предполагая, что для расположения богов человеку необходимо уделять время определенным играм. Его ученик Аристотель несколько расширил понятие игры, выделив два их вида: «мусические» (для удовольствия) и «гимнастические» (подготовительные упражнения, состязания и пр.). При этом, по его мнению, «… тело следует обучать гимнастическому искусству, а душу - для развития ее добродетели - мусическому». Стоит также отметить, что игра рассматривалась философом как социальная привилегия «свободнорожденной элиты», а к основной ее задаче он относил развитие в ребенке «умения состязаться хотя бы в слабой степени».

В Средние века игры были отнесены к «бесовским игрищам». В эпоху Возрождения игра становится интересной с позиции художественного приема, который может эмоционально воздействовать на человека, создавая иллюзии. В эпоху Просвещения игра рассматривается как средство развлечения для избегания скуки. В этот период находит начало теория игр, связанная в первую очередь с именами Иммануила Канта («Критика способности суждения») и Фридриха Шиллера («Письма об эстетическом воспитании человека»). Последний рассматривал игру «как наслаждение, связанное со свободным проявлением избытка жизненных сил». По его мнению, «именно игра и только игра делает … [человека] совершенным», «… человек играет только тогда, когда он в полном значении слова человек, и он бывает вполне человеком лишь тогда, когда играет». Немецкий психолог Фридрих Фребель (1782 - 1852) рассматривал игру с позиции приобщения детей к созидательной деятельности.

В 19 веке Чарльз Дарвин («Происхождение видов путем естественного отбора») и Герберт Спенсер («Основные начала») способствовали развитию эволюционного подхода к изучению игр, выделив в них упражняющую функцию.

Иной подход предложил Зигмунд Фрейд («По ту сторону принципа удовольствия»), рассматривающий «культурные нормы и ценности» как следствие «вытеснения первичных инстинктивных влечений человека, ищущих себе выхода, а игру - как реализацию вытесненных из жизни желаний». По его мнению, игра - это единственное средство, позволяющее «не стать травматическим невротиком». Ф. Бейтендейк, не согласный с эволюционной концепцией, отмечал, что для инстинктивного поведения людей не нужны упражнения.

Американский психолог Эрик Берн изучал игры с позиции психологии взаимоотношений между людьми. Известный, как создатель трансакционного анализа, Берн рассматривал игру как «серию следующих друг за другом скрытых дополнительных трансакций [единиц общения] с четко определенным и предсказуемым исходом. ...выглядящих вполне правдоподобно, но обладающих скрытой мотивацией; … содержащих … какой-то подвох». В книге «Игры, в которые играют люди», автор пишет, что у людей существуют разные наборы поведенческих схем, которые можно соотнести с определенными состояниями их души. Так, контактируя с внешней средой, каждый человек, выступает, в зависимости от ситуации, в качестве Взрослого, Ребенка или Родителя (три эго-состояния), переходя при необходимости из одного состояния в другое. Важные социальные контакты, по его мнению, наиболее часто протекают как игры.

В качестве одной из основных функций игр автор выделяет «удовлетворительное структурирование времени», отмечая, что помимо этого некоторым людям игры необходимы «для поддержания душевного здоровья».

Для участников социальной группы существует пять способов структурирования своего времени:

• ритуалы;

• времяпрепровождение;

• близость;

• игры;

• деятельность (может выступать основой для вышеперечисленных способов).

Игры отличаются от первых трех способов двумя основными характеристиками: скрытыми мотивами и наличием выигрыша. В противоположность ритуалам, процедурам и времяпрепровождению игры могут быть нечестными и характеризуются драматичным исходом. По мнению автора, игра не обязательно подразумевает веселье или удовольствие. К наиболее зловещему виду игры Берн относит войну. Также в своей работе автор разграничивает игры с операциями, относя к последним «простую трансакцию или набор трансакций, предпринятых с некоторой заранее сформулированной целью» (без умышленного вреда для реципиента со стороны коммуникатора).

Интересный подход к изучению игры мы наблюдаем в работе Людвига Витгенштейна «Философские исследования», в которой автор вводит термин «языковая игра», определяя его как «единое целое: язык и действия, с которыми он переплетен». По сути термин подразумевает плюрализм смыслов. Австрийский философ отмечает, что человеческая жизнь есть не что иное, как совокупность этих «языковых игр». Изучая данное понятие, Л. Витгенштейн также предпринимает попытку осмыслить, что из себя представляет игра в целом. Обнаружив некоторые сходства в различных играх, философ называет их «семейными», сопоставляя со сходствами членов одной семьи. Подытоживая свои размышления, автор приходит к выводу, что дать четкое определение игры и установить ее рамки невозможно. Впоследствии многие исследователи, не согласные с Л. Витгенштейном, пытались опровергнуть его утверждение, предложив детерминирующие характеристики игры.

Большое значение в области изучения игр имели идеи Йохана Хейзинги. Концепция его фундаментального труда «HomoLudens» заключалась в том, что игра предшествует культуре, она творит культуру.

Перечислим определяющие характеристики игры по Хейзинге:

• всякая игра имеет определенный смысл;

• смысл и течение игры заключены в ней самой;

• свободная деятельность;

• веселье (fun);

• отличие от «обыденной» жизни;

• тотальность;

• некое излишество (человек может жить без игры);

• повторяемость;

• изолированность (рамки пространства и времени);

• собственный безусловный порядок внутри игрового пространства;

• обязательные правила, не подлежащие сомнению (тот, кто не подчиняется правилам (нарушитель) должен быть удален из игры; отношение к шулерам (тем, кто лукавит) более снисходительное);

• напряжение (усилие для реализации некого шанса или возможности);

• таинственность, обеспечивающая игре некую исключительность и обособленность;

• осознавание игры (все делается «невзаправду»).

• игра выше серьезного, так как она способна его включить. Серьезное же, напротив, стремится исключить игру.

Суммируя все свои наблюдения, Хейзинга дает следующее определение игре: свободная деятельность, «которая совершается внутри намеренно ограниченного пространства и времени, протекает упорядоченно, по определенным правилам и вызывает к жизни общественные группировки, предпочитающие окружать себя тайной либо подчеркивающие свое отличие от прочего мира всевозможной маскировкой».

Анализируя истории различных эпох, Хейзинга приходит к выводу, что игровой элемент в культуре убывает. Достаточно подробно автор описывает переход популярности в обществе от игры к ее суррогату - спорту. Наиболее плодотворной для социума он считает ту игру, в которой участвует как можно больше людей и как можно меньше людей являются зрителями.

Рассуждая о духовном кризисе своих современников, Хейзинга вводит понятие «пуэрилизм» - «настойчивое желание сохранить молодость, мальчишество как состояние души, жить беззаботно, ни над чем глубоко не размышляя». То, что должно восприниматься человеком серьезно, воспринимается как игра и наоборот. Путь преобразования пуэрилизированной культуры, по мнению автора, лежит в возрождении первозданной игровой природы в культурном сознании.

Таким образом, Хейзинга рассматривает игру, способствовавшую возникновению многих форм общественной жизни, не только искусства, но также политики, предпринимательства, науки и прочего, как целостный феномен.

Наряду с Хейзингойигрой в культурном бытии отдельно взятой личности и общества в целом интересовались такие известные фигуры, как испанский философ Хосе Ортега-и-Гассет («Восстание масс», «Дегуманизация искусства», «Размышления о Дон-Кихоте»), немецко-швейцарский писательГерман Гессе («Игры в бисер»), немецкий философ ОйгенФинк («Игра как символ мира»),немецкий философ Ханс Георг Гадамер («Истина и метод»). О. Финк считал, что «игра … охватывает всю человеческую жизнь до самого основания, овладевает ею и существенным образом определяет бытийный склад человека, а также способ понимания бытия человеком». В качестве одного из свойств игры он выделил «двуплановость», т. е. одновременное существование игрока в воображаемом и реальном мирах. Х. Г. Гадамер, будучи приверженцем концепции «игрового происхождения культуры», относил искусство к высшей ступени человеческой игры.

Идеи Й. Хейзинги также развиваются в трудах французского философа РожеКайуа. Он предлагает свою классификацию игр:

• agon (борьба) - игры, основанные на соревновании (бокс, футбол, шахматы, викторины, коммерческая конкуренция и др.);

• alea (жребий) - игры, построенные на удаче и случайности (карты, кости, лотерейные билеты, «орел-решка» и др.);

• mimicry (подражание) - игры подражания (театр, маскарад, игра в куклы и др.);

• ilinx (головокружение) - игры, связанные с изменением состояния сознания (качели, карусели, алкоголизм, наркотики и др.).

«Agon» и «alea» образуют «ludus» (игры, формализованные системой правил), «mimicry» и «ilinx» образуют «paidia» (игры, не формализованные системой правил). При этом «ludus» равнозначен английскому слову «play», а «paidia» - понятию «game».

Во многом несогласный со своим предшественником, Кайуа заключает, что деятельность спортсмена должна рассматриваться как труд, а не как игра, поскольку гонорар имеет связь с внешним миром.При этом азартные игры, по его мнению, напротив, следует относить к играм.

Противопоставление игры и труда также описывается в книге Джейн Макгонигал («RealityisBroken»), которая и вовсе считает, что всякую игру следует относить к труду.

В работах отечественных исследователей культуры 20 века большое место занимала детская игра, которая рассматривалась как многофункциональное явление. Советский психолог Лев Выготский («Воображение и творчество в детском возрасте», «Игра и ее роль в психическом развитии ребенка» и др.) считал игру «ведущим моментом» в развитии личности ребенка. Самоограничениеи самоопределение - ключевые правила игры, именно подчинение им дает возможность ребенку развиваться. Создавая «мнимые ситуации» и участвуя в них, дети постепенно включаются в мир взрослых. Также Л. С. Выготский изучил взаимосвязь игры с речевой деятельностью детей и их сознанием. Вслед за Л. С. Выготским значение игр в развитии детей изучали А. Н. Леонтьев и Д.Б. Эльконин. По мнению последнего ролевые детские игры «социальны по происхождению» и в первобытном обществе они не существовали.

Игровую природу культурных феноменов изучали такие выдающиеся исследователи, как философ и культуролог Михаил Бахтин («Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса»), литературовед, семиотик и культуролог Юрий Лотман («Искусство в ряду моделирующих систем») и историк, философ культуры Моисей Каган. Последний, говоря о сходствах искусства и игры, выделяет их коммуникационную, ценностно-ориентационную и познавательную виды деятельности, отмечая при этом, опосредованное проявление преобразовательного вида деятельности.

Несмотря на то, что в настоящее время данный феномен изучается преимущественно в Европе и США, в российской академической традиции также появляются работы, посвященные играм и игровым практикам. Например, игра, как рекламный инструмент, хорошо изучена в книгах В. В. Ученовойи Ю. К. Пироговой. Таким образом, мы видим, что игра признаётся как достойный объект для изучения и в научной сфере.

Помимо вышеупомянутых фундаментальных научных трудов (многие из которых, по сути, уже стали хрестоматийными) появляются и более современные работы. Впопытке осмысления феномена компьютерных онлайн и оффлайн игр в Европе и США возникает академическая дисциплина «gamestudies». В России же эту дисциплину иногда называют «философия видеоигр». Это показывает, что в России превалирует философский подход к изучению компьютерных игр, в то время как на Западе он, скорее, социологический. Чтобы обозначить эти методологические отличия, русскоязычные исследователи используют оба названия: «gamestudies» и «философия видеоигр». Образованная в 80-х годах XX века в США в рамках дисциплины «mediastudies», как отдельная дисциплина «gamestudies» получила распространение в конце 90-х годов как в США, так и в Европе. Тогда же появились первые научно-образовательные центры, а также первые научные журналы об играх. В России существует «Лаборатория компьютерных игр», открытая при философском факультете СПбГУ, изучением видеоигр занимаются и на философском факультете МГУ.

Стоит отметить, что игра, феномен сложный и многозначный, в разные временные периоды имела немного различные определения, а иногда и вовсе, не вписавшись в идеологические рамки некоторых государств, была проигнорирована официальными книгоизданиями. Так, в СССР в период правления И. В. Сталина в энциклопедическом словаре из трех томов формулировка термина «игра» отсутствовала, несмотря на то, что в досоветское время ее определение уже было сформулировано В. И. Далем и представлено в «Толковом словаре русского языка».

Понятие игра имеет множество переносных значений, что, с одной стороны, немного затрудняет возможность дать ей одно верное всеобъемлющее определение, а, с другой стороны, делает ее весьма интересным объектом для исследования многими науками. Изучением игр занимались и продолжают заниматься специалисты разных областей: философы, культурологи, социологи, нарратологи,людологи, зоопсихологи, этологи и другие исследователи. Рассматривая игры под абсолютно разным углом и открывая их новые характеристики и возможности (или углубляясь в уже хорошо исследованные), практики и теоретики позволяют нам лучше осмыслить, что в действительности представляют собой игры.

В статье «Игра - уникальный феномен культуры» Е. Л. Яковлева, анализируя существующие концепции сущности игры, описанные известными мыслителями, отмечает парадоксальность ситуации, поскольку оказывается, что об игре можно высказать противоположные, но при этом не взаимоисключающие истинные суждения: игра узнаваема и до конца не познаваема; она субстанциональна и акцидентальна, т.е. поверхностна; игра есть заданное и становящееся; она - воплощение свободы и регламентации. В конце работы автор делает вывод: «Таким образом игра как феномен культуры диалектична».

2. Геймификация как метод взаимодействия с аудиторией

игра геймификация коммуникация

Игры с давних пор интересуют мыслителей, и в предыдущем параграфе мы рассмотрели наиболее известные игровые концепции, начиная со времен античности и заканчивая 20 веком. В настоящее время изучение игр приобрело новые рамки - теперь внимание многих специалистов сместилось к использованию их для достижения определенных целей.

Так, например, в последние годы игровые методики стали активно использоваться для обучения детей, персонала крупных компаний и даже представителей военной отрасли. Новые технологии позволяют людям различных профессий приобретать необходимые навыки другим, возможно, более эффективным способом.

В докладе «NewVisionforEducation», подготовленном в рамках Всемирного экономического форума, говорится о том, что для преуспевания в сегодняшней инновационной экономике работники должны в дополнение к фундаментальным навыкам, обладать такими компетенциями, как сотрудничество, креативность и решение проблем, а также такими характеристиками, как настойчивость, любознательность и инициативность. Компьютерные игры и симуляции позволяют одновременно усваивать основной материал и развивать перечисленные качества. Специалисты исследовали более 100 стран (развитых и развивающихся) и пришли к выводу, что для достижения наивысшего потенциала возможностей людей и устранения пробелов в их навыках игровые технологии должны быть интегрированы в системы обучения.

В последнее время активно развивается направление «gamebasedlearning» (игры ориентированного обучения), которое подразумевает обучение с применением видеоигр. При возникновении проблем с концентрацией на школьном материале у детей и подростков используется их готовность тратить большое количество времени на компьютерные игры.

В своей статье «Game-BasedLearning: Whatitis, WhyitWorks, andWhereit'sGoing» Джессика Трибус, известная как специалист в области разработки программного обеспечения для более эффективного обучения, пишет о том, что скучные методики образования не способствуют мотивации ученика. Кроме того, даже при успешном запоминании информации человеком его поведение в реальных жизненных ситуациях остается непроверенным. В отличие от традиционного, пассивного обучения методика с использованием видеоигр-симуляторов позволяет стать более подготовленным к принятию правильных решений в различных неожиданных ситуациях. Ученики совершают ошибки без реального риска, что позволяет им оттачивать мастерство, не нанося какой-либо ущерб. Затем навыки успешно переносятся из моделируемой среды в жизнь. «Исследования подтверждают эффективность обучения на основе игры в виртуальных средах. Например, в соответствии с мета-анализом эффективности обучения авиасимуляторов (тренажеров в сочетании с учебно-тренировочными самолетами) доказаны последовательно произведенные улучшения в обучении по сравнению с обучением только на воздушных судах».

Использование игровых элементов и техник в неигровом контексте называется геймификацией. Ее суть «заключается в том, что вовлечение людей в решение различных задач происходит в игровой форме: постановка задач, поощрение за достижения, визуализация процессов».

Кевин Вербах, профессор университета Пенсильвании, выделяет 2 ключевых фактора геймификации: бизнес и компьютерные (виртуальные) игры. Под геймификацией в бизнесе он подразумевает использование «игровых» маркетинговых коммуникаций для эффективного общения с целевой аудиторией, при чём не только в организациях для увеличения продаж. Геймификация успешно применяется в образовании, в компаниях для мотивации сотрудников, а также в политической сфере. В данном параграфе нашей работы мы коротко опишем основные примеры геймификации абсолютно разных направлений.

Хорошим примером образовательных проектов, которые используют игровые элементы, являются Codeacademy и CodeSchool. Они позволяют всем желающим в игровой форме приобщиться к программированию. Также, например, компания SpongeLab создала ряд Интернет-игр, в которых каждый может получить базовые знания по ботанике, генетике, анатомии человека и другим областям биологии. В проекте KhanAcademy игровой принцип заложен не в процесс обучения, а в систему поощрений и рейтингов. Материал преподносится в легкой и непринужденной форме. На сайте представлены разделы по математике, физике, химии, биологии и другим наукам.

Что касается игр-симуляторов - это огромный и в то же время динамично развивающийся рынок. Множество интересных примеров использования игровых компьютерных программ приводится в статье «В компьютерные игры полезно играть людям любого возраста», размещенной на сайте «Ведомости». Кратко опишем некоторые из них.

В Центре образовательных разработок бизнес-школы «Сколково» создаются игры для абсолютно различных сфер, начиная от освоения нефтяного месторождения и заканчивая управлением университетом. Используя симулятор от «Сколково», Томский Политехнический Университет проигрывал сценарии попадания в первую сотню международного рейтинга университетов.Перед игроками стояли разные задачи: перестроить устаревший кампус, повысить цитируемость работ преподавателей и студентов и прочие задания. Другая игра-симулятор по управлению учебными заведениями была разработана «Сколково» совместно с Международной организацией труда. Она дает возможность попробовать создать новый колледж, а такжепроверить эффективность разных моделей его развития. А при помощи виртуальной модели атомной отрасли, разработанной опять же в «Сколково», работники «Росатома» могут улучшать свои навыки в реализации инновационной программы компании.

В 2012 году фармакологическая компания «BoehringerIngelheim» запустила для европейских стран первую социальную игру под названием «Syrum» на Facebook. В игре сотрудники должны были создавать собственные фармацевтические компании и разрабатывать лекарства против различных болезней с последующим выводом их на рынок.

По словам генерального директора агентства «CommunicatorCreativeEvents» Егора Доброгорского компьютерные игры стали модной тенденцией на мероприятиях, посвященных тимбилдингу. «Прыгать в мешках от стены до стены всем надоело. Теперь заказчики просят сделать для них интегрированные истории, задействующие и тело, и интеллект».

По заказу одного крупного банка «CommunicatorCreativeEvents» придумало квест, чтобы сотрудники могли лучше ознакомиться с новым местом работы. При входе в большой офис каждому из них выдавался планшет со специальным приложением в виде карты, используя которое они должны были находить артефакты в здании и выполнять различные задания. Таким образом организаторам удалось совместить игровое пространство с реальным. Если бы вместо планшета у сотрудников был листок бумаги с распечатанным заданием, все было бы не так динамично и интересно.

По словам Антона Небылицкого, профессионального гонщика, «Игры очень помогают в автоспорте. … Многие гонщики используют специальные симуляторы - это монокок от «Формулы», в который внедряют компьютеры, экраны. Он передает все движения. … Думаю, в скором времени компьютерные технологии полной реальности позволят пережить вообще все ощущения от реальной езды на «Формуле».

В Южной Корее военных обучают при помощи игр категории RTS (стратегия в реальном времени). Известно, что в США симуляторы также используются для подготовки солдат. При этом основной целью является повышение эффективности приснижении материальных и временных затрат.

Видеоигры приобретают важное значение не только в образовании и бизнесе, но также и в медицинской отрасли. Воронежский Государственный Медицинский Университет и Воронежский Государственный Университет совместно разработали устройство «Дыши - играй», которое позволяет одновременно выполнять дыхательные упражнения и играть. В состав комплекса входит спирограф (медицинский прибор для измерения объема воздуха, поступающего из лёгких) и компьютерная программа с двумя играми (первая симулирует горелку воздушного шара, а во второй больной стреляет по вражескому кораблю пушечными ядрами). Создатели надеются, что их разработка поможет удерживать внимание молодых пациентов в длительной реабилитации, отвлекая от скучных упражнений. При этом стоимость устройства достаточно невысокая.

Технологию, разработанную для использования в компьютерных играх, применили во Франциив 2014 году при обучении хирургов. Процесс операции по эндопротезированию тазобедренного сустава был сначала записан в трехмерном режиме, а затем воспроизведен при помощи прибора «OculusRift». Это позволиломолодым специалистам увидеть операцию с позиции основного хирурга, что очень важно, поскольку, зачастую, лишь ассистируя ведущему специалисту, новичок не имеет возможности увидеть ход операции глазами первого хирурга.

Пример более глобального характера - игра «Foldit», которая уже стала хрестоматийным примером. Она представляла собой обычную головоломку, разгадав которую, геймерам удалось расшифровать структуру вируса, вызывавшего СПИД у обезьян. То, чего ученые не могли решить в течение 15 лет, игроки смогли разгадать всего за 10 дней.

Компьютерные и мобильные игры напрямую или косвенно используются в маркетинге и рекламе. Так в январе этого года представители «Wargaming» и «Ростелеком» сообщили, что запускают совместную кампанию. И действительно, «Ростелеком» предложил новый тарифный план «Игровой», доступный для абонентов фиксированного интернета на территории всей России (за исключением некоторых областей). При подключении нового тарифного плана абонент получает специальный бонус: советский танк Т-44-100 (Р) в качестве подарка в игре «WorldofTanks», а также атрибуты к нему - три вида камуфляжа для танка, экипаж с навыком «Боевое братство», эмблемы войск связи СССР ислот в ангаре. Предполагается, что в течение года на тарифный план «Игровой» перейдут не менее 1 млн абонентов. Количество пользователей онлайн-игры «WorldofTanks» во всем мире превышает 100 млн человек.

Компания ASUS спонсирует игровые фестивали и соревнования, а также сотрудничает с профессиональными геймерами с целью продвижения бренда «RepublicofGamers». Это позволяет ей приобретать новых приверженцев ее продукции.

Геймификация, важное понятие, используемое в нашей работе, - направление относительно новое, и развивается оно довольно быстро во всём мире. Геймификацияв политических кампаниях - ещё более новое и менее изученное направление. Прежде чем мы попытаемся доказать нашу гипотезу, необходимо разобраться с данным понятием в контексте политики.

При мониторинге зарубежных сайтов по данной тематике, нам удалось найти немало сайтов, в которых геймификация рассматривается с точки зрения использования онлайн игр и мобильных приложений в политических кампаниях. В англоязычных исследованиях геймификация рассматривается как важнейший инструмент политического воздействия.

Стоит отметить, что в России термин «gamification» имеет несколько переводов, а именно: геймификация, игрофикация, геймизация, игроизация, играизация. Наличие большого количества синонимов, не всегда тождественных по смыслу, создаёт некоторую неопределённость и немного осложняет изучение данного феномена, а также замедляет процесс поиска необходимой релевантной информации.

В России понятие «геймификация», в основном, рассматривается в контексте использования её HR-специалистами для повышения мотивации сотрудников компании, но есть также и несколько упоминаний о «геймификации» как о процессе использования компьютерных игр и мобильных приложений в политических кампаниях. «Игроизация» также упоминается в политическом контексте в некоторых научных трудах. Но в них, скорее, термин является синонимом «псевдоигры» в политическом PR и введен для противопоставления феномену «игры».

Из всех существующих вариантов в нашей научной работе мы будем использовать понятие «геймификация», поскольку оно наиболее близко по смыслу и звучанию англоязычному «gamification».

Говоря о воздействии геймификации на людей, Вербах, выступая с лекцией в рамках проекта KnowledgeStream, выделяет следующие основные причины, по которым пользователи могут заинтересоваться играми: веселье, новый опыт, игровой дизайн (креативный творческий процесс), вкладываемый смысл, изменения во время игры, достигаемый прогресс, возможность испытывать волнение.

Геймификация даёт возможность адаптироваться под людей из так называемого поколения Y и под их образ жизни, поскольку увлечённость и вознаграждение являются для них основной мотивацией.

Она позволяет политическим кампаниям быть интересными, достойными внимания, эффективными, а также успешно конкурировать с кампаниями других политических адептов.

Стоит отметить, что помимо геймификации существует близкое ему понятие адвергейминг (англ. advergaming). Оно представляет собой «способ продвижения товаров и услуг в целевую аудиторию обычно через игры в сети Интернет, в которых в качестве управляемого героя предстает продукт/бренд. Подобное взаимодействие интересно и занимательно, соответственно оказывает на игрока положительное в сторону покупки воздействие». Многие специалисты считают, что адвергейминг можно отнести к понятию геймификация, но не все придерживаются такого мнения. Несогласные ссылаются на то, что в случае адвергейминга игра является конечным продуктом, а не частью некоего неигрового процесса. В нашей работе мы решили присоединиться к числу первых и использовать обобщенный термин «геймификация». Учитывая, что политические акторы в контексте маркетинга могут рассматриваться как продукт или бренд, использование адвергейминга в политике также весьма актуально. По словам Сергея Володенкова, доцента факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова и эксперта Московского городского регионального отделения Российского Общества Политологов, «технологии маркетинга, используемые в современной экономике, все больше проникают в политическую практику».

В 2011 году ДжорданРейнор, вице-президент по СМИ и связям с общественностью медиа-агентства «Engage», выступая на конференции, сказал: «67 процентов семей играют в игры. Почему мы не можем превратить политическую пропаганду в удовольствие?Геймификация имеет место для расширения пирога (для развлечения). В политических кампаниях я не думаю, что мы хотели бы расширить пирог, я думаю, мы ищем, как сделать пирог более сладким и предметным».

Наиболее популярным примером геймификации в политике является использование Бараком Обамой мобильного приложения «Foursquare» (геолокационнаясоцсеть для мобильных устройств). Президент США зарегистрировал аккаунт Белого дома незадолго до трёхдневной поездки по штатам (Миннесота, Айова и Иллинойс) в преддверии президентских выборов 2012 года. Создавая чек-ины (check-ins), в которых другие пользователи также могли отмечаться и получать за это очки либо бейджи, отправляя смс о своих выступлениях, посвящённых вопросам укрепления экономики страны, Обама получил возможность установить информационно-развлекательную интеракцию с достаточно большим количеством людей (уже тогда аудитория сервиса насчитывала более 10 млн пользователей). Стоит отметить, что некоторые специалисты (например, игровой дизайнер и консультант Маргарет Робертсон) делают различие между геймификацией и баллофицированием (англ. pointsification), относя к последнему игры, в которых пользователи награждаются медалями и значками. Мы не будем выделять баллофицирование как отдельный метод, поскольку в нашем исследовании это не видится необходимым.

Довольно интересно использовались игровые методики на всеобщих выборах 2015 г. в Сингапуре. На специально созданном интерактивном сайте пользователю предлагалось воспользоваться несколькими возможностями: «Скажи, что ты хочешь», «Сделай фото с нашим логотипом», «Позови друзей» и некоторыми другими.

Годом ранее MTV выпустило игру «FantasyElection» с целью активизировать молодых избирателей.

Онлайн-игры в предвыборной гонке - наиболее активно используемый вид игр политической тематики. Но помимо них существуют и более серьезные, политико-социальные проекты. Например, в этом году ФБР США выпустило игру «SlipperySlope», в которой пользователь управляет бараном, пытаясь избежать столкновений с объектами. Проект разработан для сайта «Don’tBe A Puppet» (не будь марионеткой), посвященного борьбе с насилием и экстремизмом. При проигрыше на экране отображается сообщение с призывом не становиться чужой марионеткой и проявлять здоровый скептицизм к получаемой информации. Стоит отметить, что сайт очень интерактивный и доступно доносит основные идеи создателей.

Зачастую СМИ также размещают на своих сайтах цифровые игры политических тематик. В условиях многообразия информационных ресурсов не так просто привлечь внимание потребителя, и ещё более сложно оказывается заинтересовать его и превратить в лояльного пользователя своего продукта. В этом смысле цифровые игры политических тематик могут выступать в качестве новых техник взаимодействия с аудиторией.

Игры на политические темы также присутствуют на сайте «РИА Новости» («Помоги президенту и премьеру с переездом.Флэш-игра» (предлагает помочь президенту РФ и премьер-министру РФ собрать свои вещи в чемоданы, чтобы поменяться кабинетами), «Не переизбрали!» (необходимо поставить себя на место депутата и попробовать понять, каких привилегий можно лишиться)) и некоторых других сайтах.

Так по итогам событий 2014 г. в январе 2015 г. Лентач.ру (новостное сообщество, сотрудниками которого являются бывшие работники Лента.ру) выпустило игру под названием «Многоходовочка» (содержит несколько мини-игр), в которой анимированный главный герой, внешне очень напоминающий президента РФ, стреляет в боевиков ИГИЛ (террористическая организация, запрещенная в РФ). Когда герой попадает под вражескую пулю, на экране появляется надпись: «Вы устали и разбомбите ИГИЛ завтра». Также в новой онлайн-игре игроку предстоит уничтожить запрещенную в России продукцию, накормить граждан РФ блинами, спасти Хакасию от пожара при помощи креста, удержать рубль от падения, вычислить шпионов, разбудить Д. А. Медведева, чтобы открыть олимпийское кольцо, провести Навального на Манежную площадь, освободить девушку Евгению из тюрьмы, найти в Крыму «зеленых человечков», провести Минские переговоры (заставив президентов РФ и Украины поцеловаться) и найти убийцу Бориса Немцова. В последней миссии игрок в первую очередь обнаруживает надпись: «Тут был Рамзан», после которого высвечивается комментарий: «Вы нашли надпись: «Тут был Рамзан». Ох уж эти туристы», затем в качестве улики он находит паспорт на имя того же Р. А. Кадырова. Далее на экране появляются шарф болельщика футбольного клуба «Терек», пароль из Инстаграма «Первый русский в 16 лет», золотой пистолет и рэпер Тимати. На экране надпись: «Вы нашли Рамзана Кадырова. Он просто гулял мимо. А ты докажи, что не гулял!». Миссия провалена. Стоит отметить, что данная игра была заблокирована по подозрению в экстремизме. По словам представителя Лентач.ру, регистратор доменов Reg.ru лишил их домена игры без решения суда.

Довольно актуальная «новостная игра» под названием «Воры и офшоры» появилась на сайте от Лентач.ру через неделю после публикации «Панамского архива».На фоне территории РФ перед игроком появляются то виолончелист (друг Владимира Путина), то пресс-секретарь Дмитрий Песков с невестой на руках, то другие личности, замешанные в Панамском деле. Перед игроком поставлена следующая задача: «Вовремя кликайте на них, чтобы отбить желание совершать преступления и не дать окончательно скрыть свои доходы в Панаме».

Незадолго до 9 мая этого года на том же сайте вместо игры «Воры и офшоры» появился тест «Спасибо деду», в котором пользователю предстоит угадать, какие подарки дарили ветеранам чиновники и различные организации, а какие нет. Из верных ответов: отпраздновать День Победы в стриптиз-клубе; выпить чаю в похоронном доме; медаль, три гвоздики и пустой пакет и другие поздравления. Комментарии к правильным и неправильным ответам также представлены в ироничной форме.

Более глобальным примером геймификации в медиа является «Проект Сирия». Он позволил пользователям виртуально оказаться на улицах сирийского города Алеппо и понять, что такое взрыв бомбы в центре населенного пункта. Не менее значимый проект был спродюсирован телеканалом «AlJazeera» в 2014 году, который представлял собойинтерактивное расследование о пиратах.

При изучении использования видеоигр в политической сфере важно понимать, что воздействие в них достигается посредством не только вербальной и визуальной риторик, но также с помощью новой ее формы, а именно «процедурной риторики» («убеждение с помощью процедур, или геймплея»). Данный термин впервые был введен Яном Богостом, специалистом в области геймификации, со следующим определением: «искусство убеждать скорее с помощью основанных-на-правилах репрезентаций, чем с помощью сказанного слова, письма, изображений или движущихся картинок». Далее в своей книге Богост пишет о том, что видеоигры являются «наиболее подходящим медиумом для реализации такого убеждения», поскольку «представляют собой систему, организованную как набор условных взаимосвязей, управляемых правилами».

Для лучшего понимания специфики «процедурной риторики» обратимся к примеру, приведенному Александром Ветушинским, сотрудником Московского Центра Исследований Видеоигр, в статье журнала «Логос». Описав жесткую структуру видеоигр, Александр далее говорит о том, что, если пользователь в игре Марио проинтерпретирует черепашку как положительного персонажа, а не как врага, то он проиграет (погибнет).

Более глубинное осмысление происходит при изучении игры «September 12th», в которой основной целью игрока является уничтожение террористов. Запуская снаряд в борьбе против последних, пользователь неизбежно убивает мирных жителей, которые впоследствии также становятся террористами. Основной посыл «September 12th» - критика американской антитеррористической программы. При чем в данной игре пользователь может не просто увидеть и проанализировать происходящее, но и прочувствовать его на себе. «Понимание приходит в реальном времени, в «здесь и сейчас» игрока ему открывается послание, заложенное в игру разработчиками». Игрок «понимает, что борьба изначально проиграна, а единственный террорист - он сам. Риторический потенциал связан в этом случае с тем, что задействована сама механика игры, а не только история».

При этом Ветушинский отмечает, что для правильного считывания информации послание должно быть заложено «достаточно жестко, чтобы минимизировать количество возможных интерпретаций». Это очень важный момент, на котором делают акцент некоторые исследователи. Так в статье «Основания процедурной герменевтики», подготовленной к конференции «Ломоносов 2014», Алексей Салин пишет о том, что «теория процедурной риторики не затрагивает второй части коммуникативной дуги, возникающей в связи с игровым процессом: она изучает, как можно выразить что-то посредством процедуры, но она не изучает отдельно то, как игрок воспринимает процедурное сообщение». Поэтому автор предлагает дополнить теорию «процедурной риторики» теорией «процедурной герменевтики».

Мы перечислили наиболее яркие примеры геймификации в различных областях. Необходимо отметить, что существуют различные мнения по поводу того, какую пользу приносит геймификация пользователям. Многие исследователи считают, что «на лицо» скорее вред и огромная трата времени, которая не сопоставима с получаемым в итоге результатом. Но в данной работе для нас гораздо важнее рассмотреть эффективность геймификации с позиции ее возможного влиянии на умы людей, при этом нас интересует именно политическая сфера.

3. Игра в структуре политической коммуникации

Перед тем как мы перейдем к практической части нашей работы, необходимо также рассмотреть игру в структуре политической коммуникации.

Стоит отметить, что понятие «политическая коммуникация» имеет несколько различных по смыслу определений. Так в «Политологическом словаре» В. А. Варывдина написано: «Политическая коммуникация - процесс передачи политической информации, который структурирует политическую деятельность и придает ей новое значение, формирует общественное мнение и политическую социализацию граждан с учетом их потребностей и интересов». И. А. Соловьев предлагает иной подход, идентифицируя данное понятие с формой общения, установленной «на основе направленной передачи информации, породившей осмысленный ответ реципиента на вызов коммуникатора». Наиболее релевантным, на наш взгляд, является определение Ю. В. Ирхина, который относит политическую коммуникацию к специфическому виду «политических отношений, посредством которого доминирующие в политике субъекты регулируют производство и распространение общественно-политических идей своего времени».

Рассматривая феномен игры как один из социокультурных механизмов политической коммуникации, в своем исследовании С. А. Шомова исходит из того, что игра не только привносит свободу и эмоции в мир серьезного, но также является борьбой за что-то, создает напряжение и неуверенность, дарит надежду на удачу, а также содержит такие элементы состязания, как правовые нормы, наличие противника, стратегия борьбы, победа и поражение, приз. Другими словами, игра носит соревновательный характер, и эта черта объединяет ее с политической коммуникацией. Вместе с тем, автор замечает, что игра привносит в политику нечто большее, нежели только набор продуманных (с целью победить) комбинаций. То есть политическая игра - это не просто сумма технологических методов и приемов. С другой стороны, Шомова отмечает, что в действительности игра в политической сфере зачастую видоизменяется и используется как эффективная манипулятивная технология. Ссылаясь на выводы Хейзинги и рассматривая игровые элементы в политико-коммуникативных актах как их суррогаты, автор вводит понятие «псевдоигра» - «игра, утратившая творческую составляющую, но сохранившая коммуникационную составляющую, заключенную в игровой форме», определение которой ранее дал А. В. Соколов.

Шомова приходит к мнению, что игра в политической коммуникации - это совокупность разнородных по своей природе истинных игровых и псевдоигровыхэлементов, а затем выделяет в ней отличительные от классической игры специфические характеристики. К ним она относит как правило не соблюдающиеся принципы свободы, добровольности участия, партнерства и искренности. Автор отмечает, что политическая игра имеет манипулятивные цели, носит, скорее, технологический характер, нежели культуросозидающий, и имеет в большей степени коммуникативно-прагматическую структуру, нежели творческую.

С другой стороны, если обратиться к трудам не менее известного в данной области исследователя Э. Берна, то, напротив, под игрой мы должны будем подразумевать в том числе политическую игру, поскольку она содержит скрытые мотивы и подвох со стороны коммуникатора с целью какой-то определенной для него выгоды, то есть ключевые характеристики игры по Берну. Именно поэтому, мы не будем разделять игры в политической коммуникации наподлинные и псевдоигры, а изучим их сущность в целом.

Роль игры в политической коммуникации несомненно велика.По мнению О. Ю. Рыбакова, «ни одна сфера политической деятельности не остается в стороне от игры, кроме, пожалуй, наиболее жестких форм принуждения человека в государстве». Интересанты, транслируя имплицитно посредством игровых механизмов определенный посыл, лучше доносят его до своей аудитории, поскольку последняя воспринимает информацию не как нечто навязанное, а зачастую как свое собственное мнение. С этой точки зрения крайне интересно рассмотреть существующие разновидности игровых механизмов в политико-коммуникативных актах.С данной целью вернемся к исследованию С. А. Шомовой, в котором предложен краткий перечень их групп, а сам процесс политико-коммуникативного акта, являющегося результатом тонкой умственной работы и стратегического планирования, предложено интерпретировать как интеллектуальную игру.

К первой группе игровых механизмов в политико-коммуникационных актах автор относит эрудиционные игры (игры, связанные непосредственно с решением умственных задач), отмечая при этом, что большая их часть в действительности представляет собой ловко замаскированную игру «в поддавки». Манипулятивная техника в данном случае заключается в том, что человеку имплицитно навязывается определенное отношение к политическому персонажу, о котором идет речь в головоломке.

Вторая группа игровых механизмов - поведенческие игры. В особенности влиянию такого рода политических игр подвержены дети. Например, игра «красные и белые», построенная по принципу своих и чужих, позволяла СССР растить сторонников коммунизма. Относя к «красным» игроков, сумевших верно ответить на вопросы, а к «белым» - участников, ответивших неверно, ребятам с детства навязывалась определенная идеология.

Еще один интересный пример попытки управления сознанием подрастающего поколения при помощи использования механизмов второй группы - детская игра-монополия «Очередь», разработанная в Институте национальной памяти Польши (IPN). Вышедшая в Польше в 2011 г., в России она появилась в ноябре 2015 г., и уже в марте был поднят вопрос о запрете ее продаж на территории РФ. По заявлению создателей, «Очередь» призвана ознакомить людей с реалиями прошлого, вызванных навязанным со стороны СССР коммунистическим режимом. В России игра и, в особенности, историческая справка к ней (которая продается в комплекте с правилами) были восприняты как «антисоветские». В комментарии говорится о «коммунистической диктатуре по советскому образцу». Для победы в монополии игроку необходимо первому выменять или купить все товары из списка, при том, что придется договариваться со спекулянтами, дожидаться появления товара на прилавках, стоять в очереди, пропускать вперед беременных женщин, а также есть возможность оказаться отодвинутым назад другими людьми.

Антонина Цицулина, президент Ассоциации предприятий индустрии детских товаров, комментируя возможный запрет «Очереди» в интервью сайту «Meduza» сказала: «… игра - это политический инструмент. Это управление сознанием, управление мнением. … Ребенок очень восприимчив к этому. … я считаю, что детство должно быть вне политики». Далее она привела пример использования игр во Франции и Англии во время войны, а после заметила, что детские игры должны быть толерантными, в них очень важно «выходить на позитив», поскольку добро должно побеждать зло. Любая страна, по ее мнению, имеет право запрещать на своей территории доносить до детей уничижительную для нее информацию. По словам Цицулиной, Российское военно-историческое общество уже активно занимается данной проблемой.

Помимо прямого использования поведенческой игры в политической коммуникации, ориентированной в основном на молодую аудиторию, для воздействия на более взрослых граждан существуют «белые» и «черные» технологии, а также провокации. Они рассчитаны на заранее просчитанные поведенческие реакции граждан, которые предвидят политтехнологи. Говоря о «белых» технологиях, стоит выделить прием «замалчивания», который довольно часто используется политическими акторами нашей страны в различных его проявлениях (частичное умолчание определенной информации или же полное временное устранение от публичных выступлений).Ко второй группе игровых механизмов в политических коммуникациях также относят создание специальных событий, позволяющих политическому деятелю проявить себя с положительной стороны.

Языковые политические игры - третья достаточно популярная и крупная группа игровых политических механизмов. Впервые термин «языковая игра» ввел Л. Витгенштейн, дав ему широкое, философское толкование. Второе существующее значение понятия более узкое, лингвистическое. Мы вслед за Ю. К. Пироговой под приемом языковой игры подразумеваем «сознательное нарушение языковых норм, правил речевого общения, а также искажение языковых клише с целью придания сообщению большей экспрессивной силы». Говоря о языковых играх в политической коммуникации, выделяют особым образом построенные рифмы, лозунги, неологизмы, способы раскрутки, подмены и подавления той или иной темы.

Таким образом, в политических коммуникациях используется множество, казалось бы, абсолютно различных приемов, которые в действительности имеют общую составляющую, а именно значимые игровые механизмы. Привнося в реальные события элементы драмы или, напротив, нечто юмористичное и саркастичное, эти механизмы превращают весь политический процесс в имитацию заранее спланированных образов и действий. По сути все политические компании представляют собой воображаемый мир с приданными ему чертами правдоподобия. Оказывая воздействие на бессознательное людей, затрагивая их эмоции, игры способствуют более легкому вписыванию политики «псевдореальности» в реальностьсуществующую, а также созданию «новой политической действительности» и «формированию новых метатехнологий управления обществом».

Помимо применения игровых элементов в политической структуре в последнее время наблюдается активное использование компьютерных игр на политические темы с той же целью манипулирования сознанием людей. Стоит отметить, что в целом виртуализация публичной политики стала общемировым трендом (и это в свою очередь влияет на формат взаимодействия власти и общества). Как заметил Сергей Володенков, эксперт Московского городского регионального отделения РОП, развитие информационно-коммуникационных технологий ставит перед политтехнологами и самим обществом новые вызовы. «… в условиях виртуализации современной публичной политики существенно возрастает потенциал манипуляционных технологий, с помощью которых … выстраивается искаженная псевдореальность, которой и руководствуется общество в своей повседневной жизни».

В последние годы компьютерные игры стали одним из эффективных инструментов осуществления «электронной политической пропаганды и формирования цифровой идеологии». Будучи рассчитанной на самый революционный пласт общества - молодежь - компьютерные игры имплицитно оказывают пропагандистско-идеологическое воздействие на них. Способствуя созданию и распространению по всему миру сотен миллионов игр с определенной политической идеологией, интересанты добиваются формирования устойчивых стереотипов относительно политической действительности в сознании людей.

По мнению Володенкова, «… стратегия мягкой силы сформирована на значительно более высоком уровне, чем уровень политтехнологов. Игровая индустрия, подобно Голливуду, стала глобальной пропагандистской машиной…». Осуществляя воздействие в масштабах всего мира, эта индустрия растит людей, с самого детства программируя в них определенные системы ценностей и моделей мировоззрения. А в ближайшем будущем эти люди придут к власти и будут принимать решения, являясь полноценными участниками социума. При этом Россия в большинстве игр представлена как страна с агрессивным населением, военной диктатурой и некачественной боевой техникой.

Литература

1. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. М.: Литература, 1998 г.

. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и ренессанса // URL: http://e-libra.ru/read/97758-tvorchestvo-fransua-rable-i-narodnaya-kultura-srednevekovya-i-renessansa.html (Дата обращения 13.04.2016)

. Берн Э. Игры, в которые играют люди // URL: http://knigger.org/berne/the\_psychology\_of\_human\_relationships/ (Дата обращения 13.04.2016)

. Вербах К., Хантер Д. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса. Манн, Иванов и Фербер, 2015.

. Витгенштейн Л. Философские исследования. М.: АСТ, Астрель, 2011.

. Выготский Л. С. Воображение и творчество в детском возрасте // URL: http://www.e-reading.mobi/djvureader.php/106386/Vygotskiii\_-\_Voobrazhenie\_i\_tvorchestvo\_v\_detskom\_vozraste.html (Дата обращения 13.04.2016)

. Выготский Л. С. Игра и ее роль в психическом развитии ребенка. СПб.: Психология развития, 2001.

. Гадамер Х. Г. Истина и метод. М.: Прогресс, 1988.

. Гессе Г. Игра в бисер. М.: АСТ, 2008.

. Гессе Г. Избранное. Пер с нем. М.: Тудьял-Пресс, 1990.

. Грачев М. Н. Политика: коммуникационное измерение // URL: http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011\_1\_2.html (Дата обращения 05.04.2016)

. Гузик М. А. Игра как феномен культуры // http://modernlib.ru/books/m\_a\_guzik/igra\_kak\_fenomen\_kulturi/read\_1/ (Дата обращения 13.04.2016)

. Дарвин Ч. О происхождении видов путем естественного отбора // URL: http://royallib.com/read/darvin\_charlz/proishogdenie\_vidov.html#0 (Дата обращения 13.04.2016)

. Дзялошинский И. М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012 // URL: https://www.hse.ru/data/2014/03/25/1318940850/03%20%D0%92%D0%BE%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D0%B5%20%D0%BE%D0%BA.pdf (Дата обращения 5.04.2016 г.)

. Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К.В., Байбакова В.Б. Политическая реклама.- М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999. // URL: http://lib.sale/osnovyi-reklamyi-marketing/simvolika-tsveta-36893.html (Дата обращения 1.03.2016)

. Каган М.С. Град Петров в истории русской культуры. СПб.: АО "Славия", 1996.

. Каган М.С. Философия культуры. СПб.: Петрополис, 1996.

. Каган М.С. Человеческая деятельность. М.: Политиздат, 1974.

. Кант И. Критика способности суждения // URL: http://www.rulit.me/books/kritika-sposobnosti-suzhdeniya-read-202297-1.html#section\_1 (Дата обращения 13.04.2016)

. Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры // URL: http://bookfi.net/book/1351600 (Дата обращения 13.04.2016)

. Левада Ю. Игровые структуры в системах социального действия // Системные исследования. Методологические проблемы. М.: Наука, 1984.

. Леонтьев А. Н. Избранные психологические произведения // URL: http://yanko.lib.ru/books/psycho/leontyev-psychology.htm (Дата обращения 13.04.2016)

. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек - текст -семиосфера - история. М.: Языки русской культуры, 1996.