Григорьева Лариса Юрьевна

"ЯЗЫКОВЫЕ ИГРЫ": ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ ИМЕНОВАНИЙ ЭМОЦИОНАЛЬНО-КОГНИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВОВЛЕЧЕНИЯ В ДИАЛОГ

В статье предлагается дискурс-анализ определения "игрофикация", упомянутого Й. Хейзингой. Необходимость анализа возникает в дискурсивной практике определений приемов конструирования диалога в условиях массовой коммуникации. Конвергенция жанров массмедиа, использование элементов игры в современных ТВ форматах обусловлены как трансформацией социальных процессов, так и сущностью массмедиа. Аргументируется необходимость методологической и междисциплинарной комплементарности объяснения процессов игры, игрофикации и коммуникации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/3-2/12.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 3 (53): в 3-х ч. Ч. II. С. 56-61. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/3-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

7. **Николаева Н. Н.** Эпос олонхо и якутская опера. Якутск: МГП , Полиграфистҕ, 1993. 187 с.
8. **Норуот ырыаһыта Устин Нохсооров** (Народный певец Устин Нохсоров): статьи, воспоминания, произведения, документы, биобиблиографический указатель / сост.: В. В. Капитонова, Л. У. Нохсорова, Т. М. Нохсорова; отв. ред. С. Д. Мухоплева. Якутск: Инст. гуманит. исслед. АН РС(Я), 2007. 236 с.
9. **Решетникова А. П.** Музыка якутских олонхо // Якутский героический эпос , Кыыс Дэбилийэҕ. Новосибирск: Наука, 1993. С. 26-69.
10. **Томская Д. А.** Ючюгэй Юдюгюйэн, Кусаган Ходжугур. Якутск: ИГИ и ПМНС СО РАН РС(Я), 2011. 376 с.
11. **Шейкин Ю. И.** Музыкальная культура народов Северной Азии. Якутск: ГУП , Полиграфистҕ, 1996. 122 с.

MODAL AND INTONATION ASPECTS OF SHAMANISTIC CHANTS IN THE YAKUT EPOS (BY THE EXAMPLE OF SAMPLES PERFORMED BY U. G. NOKHSOROV)

Grigor'eva Viktoriya Georgievna
Arctic State Institute of Arts and Culture
grigfolk@mail.ru

The article analyzes the pitch structure of shamanistic chants in the Yakut epos olonkho. For the first time the paper examines two shamanistic chants performed by the outstanding Yakut narrator Ustin Gavril'evich Nokhsorov. The author presents the complete notation and musical analysis of two parts of olonkho representing the combination of several types of intoning. For the first time the researcher describes the musical structure and plot development of the chapter “Appeal to Spirits” in olonkho.

*Key words and phrase*s: the Yakut heroic epos olonkho; shamanistic chant; notation of shamanistic chants; kylysakh*;* tremolo; vibrato; Ustin Nokhsorov.

УДК 101.1:316
Философские науки

В статье предлагается дискурс-анализ определения «игрофикация», упомянутого Й. Хейзингой. Необходимость анализа возникает в дискурсивной практике определений приемов конструирования диалога в условиях массовой коммуникации. Конвергенция жанров массмедиа, использование элементов игры в современных ТВ форматах обусловлены как трансформацией социальных процессов, так и сущностью массмедиа. Аргументируется необходимость методологической и междисциплинарной комплементарности объяснения процессов игры, игрофикации и коммуникации.

Ключевые слова и фразы: игрофикация; игра; играизация; игрореализация; геймеризация; эмоционально-когнитивная технология; диалог; массмедиа.

Григорьева Лариса Юрьевна
Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток
glorica@mail.ru

«ЯЗЫКОВЫЕ ИГРЫ»: ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ ИМЕНОВАНИЙ ЭМОЦИОНАЛЬНО-КОГНИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВОВЛЕЧЕНИЯ В ДИАЛОГ©

Традиционно социально-философская проблематика коммуникации заключается в выяснении условий воспроизводства жизненно важной информации, воспроизводства социальности. Очевидно, что технические инновации оказывают влияние на развитие массовых коммуникаций. Взаимообусловленность технологии и социальных процессов отражается в расширении информационных потребностей аудитории. В данной статье предлагается исследование дискурсивной практики массмедиа, которая формируется вокруг высказываний о профессиональных компетенциях специалистов по поводу создания эффективных сообщений для массовых аудиторий. Предмету исследования соответствует социальный дискурс профессиональных рефлексий о приемах создания эффективных сообщений для массовых аудиторий. Методология исследования представлена специфической дискурсивной практикой, организованной в терминологии социального конструктивизма (И. Гофман, Г. Гарфинкель и др.), сопряженного с методами критического дискурс-анализ (Л. Филлипс, М. В. Йоргенсен, Т. А. ван Дейк, Я. Торфинг, Н. Феркло, Р. Водак и др.). Импульс к пониманию реальности как дискурса был задан М. Фуко в , Археологии знанияҕ. В современном представлении, дискурсивные практики не ограничиваются лингвистическим анализом, а рассматриваются в диалектическом взаимодействии социальных и дискурсивных практик, – , трактовки дискурса как механизма, изменяющего эти практикиҕ [11, с. 195], как устойчивая традиция , способов оперирования языком для изменения реальностиҕ [Там же, с. 191]. Дискурсивная практика понимается как воспроизводящаяся и динамически развивающаяся социальная реальность, опосредованная речевыми высказываниями, речевыми действиями (иначе, , перфоративное использование языкаҕ, в терминологии Дж. Остина), правилами , языковых игрҕ (Л. Витгенштейн) или фоновыми знаниями (Дж. Серль) конкретной деятельности или вида повседневности.

© Григорьева Л. Ю., 2015

Исследование той или иной дискурсивной практики состоит в обнаружении фоновых (имплицитных) факторов совместной деятельности – условий осмысления повседневного языка, опыта. Более того, любой конкретный социум обнаруживает свои трансформации, в первую очередь в изменении речевого поведения, в котором, по мнению О. С. Иссерс, , проявляется истинная сущность данного социумаЋ [Там же, с. 190]. Дискурсивная доминанта позволяет определить , способ говоренияЋ, принятый коммуникантами, а также , кодыЋ, определяющие контексты и интерпретации. Таким образом, найти общую идею, тенденции социальных новаций в исследуемой социальной практике – задача нашей работы.

В отечественной журналистике и культурологии в последние десятилетия предлагаются обозначения способов организации сообщений как на стадии реализации взаимодействия с аудиторией, так и на стадиях подготовки сообщений, подразумевающих игровую форму, некий прототип игровых сценариев (В. Ф. Олешко [18], Н. А. Барабаш [1], А. А. Новикова [17], С. Н. Ильченко [7; 8], И. И. Волкова [3; 4] и др.). Определения , игроизацияЋ, , игрореализацияЋ, “gamefication”, , игрофикацияЋ, а также ряд не именованных высказываний выявляют определенную дискурсивную практику массмедиа.

Так, С. Н. Ильченко под , игроизациейЋ полагает и определённый вид коммуникации, и определённый тип общения с аудиторией, и модель поведения. Игроизация, по мнению профессора С. Н. Ильченко, – это специфический вид ТВ коммуникации, в котором формируются игровые отношения, , отличные от иных типов социальных связей и контактовЋ [8, с. 97-98]. При этом складывающиеся игровые отношения реализуются , в двух аспектах, один из которых – игра как таковая, а второй – игроизацияЋ [Там же, с. 97]. Под игроизацией понимается процесс проникновения различных элементов мира игры в различные виды человеческой деятельности, в том числе и журналистской. В этом аспекте (использование игровых элементов в любой профессиональной деятельности) практики игрофикации совпадают с отдельными аспектами концепта , играизацияЋ, который формируется в социальной философии С. А. Кравченко [10].

Словообразование , игрореализацияЋ появляется в учебном пособии , Психология журналистикиЋ, 2008. Профессор В. Ф. Олешко, автор данного пособия, определяет технологии игрореализации (обусловленных коммуникативных ситуаций) как одну из форм диалоговых взаимодействий, творческой (спонтанной) реализации возможностей человека, свободы его индивидуальных действий [18, с. 127-137]. Технологии игрореализации, или, иначе, обусловленные коммуникативные ситуации, могут быть процессуальными и, противоположные по смыслу, творчески обусловленными. Процессуально обусловленные ситуации , игрореализацииЋ предполагают использование манипулятивных методов воздействия на аудиторию и носят прагматический характер [Там же]. Дальнейшие разработки В. Ф. Олешко концепции игрореализации как формы диалоговых взаимоотношений с аудиторией СМИ предполагают исследование перспективной сферы , совозможностиЋ и свободы выбора индивидуальных действий.

Н. А. Барабаш исследует процессы игровой природы на отечественном телевидении. Процесс, описываемый выше как игрореализация, исследовательница иллюстрирует многочисленными примерами (В. Познер, Л. Парфенов, Н. Сванидзе и др.), определяет причины возникновения подобного феномена. Исследователь разделяет два вида ТВ передач: , позиционныеЋ и , разнообразные игры на ТВЋ. То, что Н. А. Барабаш называет позиционным, по сути, совпадает с формулировками , игрореализацииЋ В. Ф. Олешко: главное в коммуникации – , автор, личность, позицияЋ, здесь есть , играЋ со зрителем в виде , интерактивностиЋ – , мнение человека по другую сторону экрана – не более чем провокация и всё тот же способ игры: вовлечение в неёЋ [1, с. 15], в некоторых случаях – вызов, эпатаж ведущих, всё это , поддерживало иллюзию непрекращающегося диалогаЋ со зрителем [Там же]. Приходится констатировать, что игра постепенно вытесняет на телевидении все другие передачи, а многие традиционные передачи приобретают структуру и форму развлекательных – игровых форматов. Заметим, что передачи аналитико-политической направленности, такие как , ПоединокЋ, , Воскресный вечерЋ В. Соловьева, , Гордон КихотЋ, , Закрытый показЋ А. Гордона также построены по игровым принципам. Известно, что спектр высказываний экспертов и обывателей по поводу тенденции увеличения развлекательных телепередач представлен достаточно негативными высказываниями. Так, например, пишет Н. А. Барабаш: , игра телевизионная становится постмодернистским знаком, при помощи которого моделируется и трансформируется сама культура, когда игровые наслоения смещают смысловые значения этой культуры в сторону *социальной пародии*Ћ [Там же, с. 35].

Современный культуролог А. А. Новикова в своем исследовании российского телевизионного контента констатирует не только конвергенцию жанров телевидения с жанрами развлечения. Исследовательница массмедиа доказывает, что , технологические возможности телевидения позволяют легко смешивать реальность и различные степени условностиЋ, , позволяет создателям программы и зрителям вступить в игру с реальностью и друг с другомЋ [17, с. 45]. В проведенном А. А. Новиковой анализе – , геймеризацияЋ сценариев массмедиа понимается как организация формы коммуникации, наиболее полно отражающая потребности различных аудиторий, в условиях высокой конкуренции продюсеров за внимание аудитории. В ряде случаев игровая основа сценария трансформируется в создание , геймеризационногоЋ типа конфликта. В отличие от игровой праформы, , геймеризацияЋ вводит экранную реальность в жизненный мир зрителя (потребителя), заменяя идентификационную позицию , ДругогоЋ на позицию , ЯЋ, , заставляя аудиторию активизировать свою фантазию, преодолевать стандарты и стереотипы мышленияЋ [Там же, с. 222-227]. Наложение по крайней мере двух социально-психологических механизмов , геймеризационныхЋ ТВ форматов – эмоциональная вовлеченность коммуникантов и ориентированность на новизну (максимально возможное психологическое напряжение) – создает мощные ментальные изменения аудитории, находящиеся в пространстве , реального – воображаемого – симулятивногоЋ, до сих пор мало изученного.

Каждый из указанных выше российских исследователей независимо друг от друга отмечают эффективность описываемых ими технологий подготовки сообщений для ТВ.

Формула Й. Хейзинги о становлении культуры , …***как*** игра, и ***в*** игре‚ [19, с. 167] определяет методологическую позицию исследования массмедийных коммуникаций одновременно как формы коммуникации и как процесса, с точки зрения функциональности и эффективности коммуникации. Например, имплицитное присутствие игровой формы , упаковки‚ высокорейтинговых транслируемых передач позволяет легализировать игру как целостный паттерн коммуникации, обходя барьеры цензуры (идеологических, экономических, символических уровней), вводя тем самым в современное социальное пространство , периферийные‚ виды социальности (Г. Зиммель). Развлекательная составляющая всё чаще становится неотъемлемой частью информационно-аналитического телевещания, радио и печатных СМИ, что находит свое подтверждение в исследованиях И. Волковой.

И. Волкова в статьях , К вопросу о функциональности игры и игровых коммуникаций в современных медиа‚ (2013 г.) и , Особенности игрового кода политических медиакоммуникаций‚ (2014 г., соавтор Е. Осиповская) использует словосочетания , игровые коммуникации‚ и , игровой код» [3; 4]. , Игровые коммуникации‚ являются синонимом форм коммуникации в контексте повествования о форматах и жанрах ТВ игровых программ, а также политических публичных акций, транслируемых СМИ. Исследовательница полагает необходимым провести различия между игровыми ТВ форматами и , игрофикацией неигровых телепередач с использованием игровых механик, детально исследованных в маркетинге‚ [3, с. 44], аргументируя неблагоприятными социальными последствиями и требованиями профессиональной этики. Она объясняет , игрофикацию‚ как перевод английского термина “gamification” (позже я вернусь к этой технологии). Заключение И. Волковой – , нынешнее увлечение СМИ игрофикацией медийных жанров низводит средства массовой информации до шулерства‚ [Там же] – отражает трансформацию социальных процессов, но односторонние оценки здесь преждевременны. Так как целью исследования являются дискурсивные практики создания эффективного диалога в медиакоммуникациях, а в статьях И. Волковой нет упоминания интересующей нас тематики, ограничимся здесь указанием общего исследовательского поля, но с разными исследовательскими задачами.

Деятельность массмедиа происходит в социальной динамике , переходa‚ общества от дефицитарных потребностей выживания и самосохранения к культивированию потребностей удовольствия и желания, познавательных и эстетических потребностей, самореализации (А. Маслоу). Акцентируем внимание, что потребности удовольствия, комфорта, желаний, в отличие от других указанных высших потребностей, по своей сути, являются универсальными проводниками социальных общественных процессов и социализации. , Ключом‚ к расширению мотивационной и ценностной систем индивида, во многом осуществившем свои функции на поколении Y (выросшем в период 90-х гг. преимущественно на компьютерных играх, чего в предыдущих поколениях не было), становится повседневная игра.

Определение , игрофикация‚ (“gamefication” – похожее на игру, подобное игре) было упомянуто Й. Хейзингой (1938 г.) по поводу преемственности игровой природы научных сообществ юриспруденции, языкознания, психоанализа, а также философии [19, с. 152]. Ограничивая универсальность игровых элементов коммуникации в пространстве отдельных научных дисциплин, Хейзинга считает, что научную деятельность невозможно полагать игрой в силу отсутствия ряда основополагающих признаков игры, но , склонность к систематизации‚, обращение с терминами как с игровыми фигурами, указывают на вероятность , новой игрофикации‚ [Там же, с. 193-194]. Переводчик , Homo Ludens‚ на русский язык Д. Сильверстов обращает внимание на содержательное , родовое‚ сходство , языковой игры‚ Л. Витгенштейна и одного , пространного вопроса‚ Хейзинга [Там же, с. 13-14]. Суть , пространного вопроса‚ пунктиром намечается в тексте , Homo Ludens‚: , в какой степени средства, которыми располагает наша речь, в своей основе носят характер правил игры, <…> пригодны лишь в тех интеллектуальных границах, обязательность которых считается общепризнанной‚ [Там же, с. 149-150]. Таким образом, смысл новообразования , игрофикация» понимается как способ организации коммуникации, сообразуясь с правилами , игры» коммуникации. , Некое молчаливое соглашение о том, что действенности терминов и понятий следует придерживаться» [Там же, с. 148], определяет ориентацию участников дискуссии (риторов – Древней Греции, схоластов – Средневековой Европы). Так, следующие признаки: во-первых, ***пределы*** игрового пространства и времени; во-вторых, действие в соответствии с провозглашенными ***правилами*** – то, что объединяет игру и игрофикации в отдельной дисциплине. Другие же аспекты коммуникации характерны только для игрофикации: неограниченная длительность во времени, целеполагание, реалистичность, относительность использования , правил‚ коммуникации (например, в дискуссиях наук Нового времени). Относительность использования , правил‚ объясняется: , Игра фиксируется во времени, она сама по себе исчерпывается и вне себя самой не имеет никакой собственной цели‚. Наука же , ищет прочного контакта с всеобщей реальностью, значимости для этой реальности. Ее правила – в отличие от правил игры – *не являются незыблемыми раз и навсегда. Опыт постоянно изобличает ее во лжи, после чего она сама себе изменяет*. Правила игры нельзя уличить во лжи. Игру можно варьировать, но в нее нельзя вносить изменения» [Там же, с. 193]. Мы смогли только предположить, что , пространный вопрос» о дискуссиях , синтаксических школ‚ Хейзинга, переведенный на русский язык Д. Сильвестровым как , игрофикация‚ имеет потенциал для понимания сущности коммуникации в ее экзистенциальных, символических и абсолютных значениях.

Тогда и поиски адекватного названия (производных от слова , игра») приемов конструирования диалога, полилога в специфической профессиональной деятельности журналиста, редактора, продюсера, авторского коллектива отнюдь не лишены профессиональной интуиции. Необходимо различать в указанных технологиях, приемах общие основания коммуникации. Проведенный анализ работ профессиональных экспертов ТВ творчества А. С. Вартанова [2], С. Н. Ильченко [7], А. А. Новиковой [16] позволяет определить ряд факторов эффективного

, диалога» в ситуации взаимодействия с массовой ТВ аудиторией. Акцентируем внимание на следующих факторах: уникальность участников коммуникации; спонтанность и искренность участников; незавершенность диалога, выделение такого фокуса проблемы или конфликта журналистского материала, способного иметь множество вариантов прочтения, понимания; ориентирование на разнохарактерную массовую аудиторию.

Социальный философ С. А. Кравченко указывает, что предлагаемый им социально-философский концепт , играизацияЂ и игра имеют родовые сходства, историческую связь и принципиальные отличия. В силу выбранного нами предмета исследования – дискурсивной практики массмедиа (диалоговых взаимодействий) – рассмотрим, какие же критерии отличия игры и , играизацииЂ выделяет Кравченко. Ссылаясь на идеи игры Й. Хейзинги о собственном пространстве игры, конструируемом правилами игры, автор пишет: , играизация же не знает строгих, организационно фиксированных правил. Она делает правила открытыми, постоянно их корректирует, что неизбежно предполагает девиацию, хаос, влекущие за собой парадоксы общественного сознания. Однако на определённом этапе она может привести к новому, качественно иному правилу организации социальной жизни, основанному на динамичных игровых “семейных сходствах” (Л. Витгенштейн), на определённых “знаковых кодах” (Ж. Бодрийяр). Она, соответственно, ведёт к созданию новых алгоритмов самоорганизованного, рефлексивного поведения, как определённого порядкаЂ [10, с. 249]. Очевидно, что данное высказывание развивает , пространный вопросЂ Й. Хейзинга по поводу различения игры и игрофикации. Далее, пользуясь формулируемым концептом , играизацияЂ, автор продолжает: , Играизация выступает как своего рода аутопойетическая операция, зачастую содержащая перфомативность, театрализацию. Она нацеливает на развитие саморефлексии и самоорганизации у социальных акторов, побуждает их на извлечение конкретной пользы из следования эвристическим социальным практикам, адекватным утверждающейся нелинейной социокультурной динамикеЂ [Там же].

Известно, что аутопоэзис – конструкт системной теории, позволяющий объяснить сущность **воспроизводства** формы – биологической, в концепции У. Матураны и Ф. Варелы, или культурной, в концепции Н. Лумана. Любая живая система воспроизводит себя – свои границы (формы), различая собственные (внутренние) операции и внешние, исходящие извне. Главный принцип воспроизводства формы – единство (единовременность) самореференции и инореференции. Следующее важное замечание – до тех пор, пока в социальных системах единство самореференции и инореференции не разрушается, социальные системы воспроизводят самое себя. Иначе говоря, , одновременное развитие чрезвычайной социальной зависимости и акцентированной индивидуализацииЂ осуществляется через построение сложного порядка публичной смысловой коммуникации [13, с. 9], что и определяет культуру, технику и, в частности, массмедиа в положении границы. Граница (культурной, социальной) формы двухсторонняя, одна сторона которой осуществляет самореферентные функции, а другая , остаётся неосвещённойЂ [12, с. 78; 14, с. 136]. Согласно концепции Н. Лумана, массмедиа , предполагает мир не в виде некоего предмета, а феноменологически – как горизонт. То есть как недостижимыйЂ [14, с. 17].

Согласно терминологии У. Матураны, Н. Лумана, аутопоэзис – циркулярное самовоспроизводство самой жизни [12, с. 79]; , понятие аутопоэзиса практически ничего не объясняет, кроме запуска самореференции – операции, к которой могут быть подсоединены другие операцииЂ, , по сути, только коммуникация развивает коммуникацию Ђ [Там же, с. 80]. Необходимым условием аутопоэзиса системы является одновременно чувствительность (одна сторона границы формы, осуществляемая в рефлексивных актах) и выработка стимулов (другая сторона границы формы, осуществляемая в инновациях). , Массмедиа усиливают восприимчивость общества к раздражениям, а тем самым – и его способность перерабатывать информацию Ђ [14, с. 144], – пишет Н. Луман, подтверждая гениальные высказывания М. Маклюэна о расширении социального тела. , Любая игра, как и любое средство информации, есть расширение индивида или группы. И ее воздействие на группу или индивида состоит в переконфигурировании тех частей группы или индивида, которые таким образом еще не расширеныЂ [15, с. 276]. В книге М. Маклюэна , Понимание медиа Ђ, опубликованной полвека назад, в 24-й главе , Игры – расширения человекаЂ отмечается, что в движении информации и в игре важна форма (паттерн) передачи смыслов, а значит и условий передачи. , Игры и технологии (массмедиа) – контрраздражители, или способы приспособления к удару специализированных воздействий, имеющему место в любой социальной группе. Как расширение массовой реакции на повседневный стресс, игры становятся точными моделями культурыЂ [Там же].

Таким образом, возвращаясь к именованию , играизацияЂ, отметим в первой части выше приведенной цитаты С. А. Кравченко содержательное совпадение с замечанием Хейзинги об игрофикации. Вторая же часть цитаты – , Играизация выступает как своего рода аутопойетическая операция, зачастую содержащая перфомативность, театрализацию…Ђ и далее, – в контекстуальном анализе с приведенной терминологией теории систем содержит ряд допущений, искажающих логику развития коммуникации и общества. Логичнее сформулировать, согласно исследуемым примерам дискурсивной практики, следующее: , Усложнение массовой коммуникации, использование формы игры в качестве целостного паттерна коммуникации (М. Маклюэн) позволяет увеличить вероятность операций самореференции – коммуникации, тем самым продолжая аутопоэзис социумаЂ. Развитие общества, его структурной и системной сложности опосредовано, прежде всего, развитием системной сложности коммуникации – сопряженности процессов технических инноваций (относящихся к материальной составляющей массмедиа) и гуманитарных технологий массмедиа, моделирующих социальные связи. Исследуемые в данной работе дискурсивные практики именований эмоционально-когнитивных технологий вовлечения в диалог аудитории массмедиа и определяются нами как технологии массмедиа, эффективно моделирующие социальные связи. Данные тенденции массмедиа, несомненно, актуализированы в игровых основаниях культуры.

За последние десятилетия, особенно с появлением Интернета и социальных сетей, массмедиа становятся общественной коммуникативной площадкой. Вместе с традиционными функциями СМК, ориентированных на одностороннее информирование аудитории, интенсивно проявляется коммуникационная функция СМК – образование диалога разнообразных мнений и для различных социальных групп. Изменяется социальная реальность и ожидания общества к роли журналиста – модератора, гида, инициатора событий [9]. Эти изменения в профессиональной среде воспринимаются неоднозначно. Профессор И. Дзялошинский отмечает, что в системе современной российской журналистики сосуществуют несколько парадигм профессиональной деятельности, каждая из которых обусловлена социально-профессиональными установками отношения журналиста к аудитории – , воздействиеѣ; , информированиеѣ; , модерирование диалогаѣ. По мере усложнения коммуникационных процессов в обществе, связанных с трансформацией медиапространства и повышением коммуникационной компетентности пользователей, формируются , две противоречивые тенденции: массовое использование манипулятивных моделей коммуникации, с одной стороны, и активизация интереса к обществен-ному информированию и диалогу – с другойѣ [6, с. 13, 17].

Влияние глобализации экономики и медиапространства, маркетинговых коммуникаций, массовое увлечение компьютерными играми [5, с. 95-96] привели к новому термину – “ga**mif**ication”. Геймификация – это применение теории игр, игровых концептов и техник в неигровом контексте, с целью сделать его более развлекательным и интересным [20]. Этот термин был номинирован в качестве , Слова года 2011ѣ Оксфордским словарем. , Геймифицироватьѣ можно не только обычные системы лояльности, но и, например, контент сообществ в социальных сетях или рекламные кампании в целом. Технологию используют для вовлечения потребителя в коммуникацию и быстрого распространения информации. В настоящее время практику геймификации, её принципы, правила, типизацию (внутренне-ориентированные “gameful design” и внешне-ориентированные “gamification”) пытаются освоить российские маркетологи, специалисты в области связи с общественностью, политтехнологи. Влияние , Слова года 2011ѣ на исследуемую дискурсивную практику очевидно. Но все-таки стоит за , геймификацией ѣ сохранить манипулятивный статус и не смешивать с коммуникативными технологиями, приводящими к спонтанности, к новым смыслам, к созданию новых уровней социальности.

Вышеперечисленные особенности современного коммуникативного процесса массмедиа требуют глубокого и многостороннего социально-философского анализа.

В качестве выводов сформулируем следующее. Конвергенция жанров массмедиа, слияние традиционных жанров с развлечением и игрой обусловлены логикой присоединения коммуникаций, селекцией тех , темѣ, которые востребованы аудиториями. Внимание аудитории становится важным социальным ресурсом, который, конституируя социальное пространство и время, осуществляет масштабную переконфигурацию социальных порядков, интенсивный процесс во времени перевода аудитории с дефицитарных потребностей (выживания) на уровень бытийных (более социально-сложных) потребностей. Технологии эмоционально-когнитивного вовлечения массовой аудитории в диалог – всевозможные производные от слова , играѣ – означают состояние осмысленности всей социальной системы, уровень ее зрелости и сложности. , Социальная система возникает, если из коммуникации развивается коммуникация, – пишет Н. Луман. – Мы не должны решать вопрос о первой коммуникации, так как вопрос “Что было первой коммуникацией?” возникает уже в коммуницирующей системе. Система думает о своем начале из середины. Если она достигла достаточного уровня сложности, она может задать вопрос, как все начиналосьѣ, и, возможно, вдохновиться полученными ответами [12, с. 80]. Выбор именования исследуемой дискурсивной практики из многих еще предстоит в профессиональных сообществах журналистов, филологов, социологов, философов. Цель данной публикации – выявить ресурсы, дискурсивные доминанты изменения социального устройства, потребности человека в медиакоммуникациях. Собственная же аргументация именования , игрофикация» остается за идеей Й. Хейзинги. Становление культуры , в игре, и как играѣ одновременно осуществляет самореференцию и инореференцию социума. Практику игрофикации в системе массмедиа предлагаем определить как эмоционально-когнитивную технологию вовлечения аудитории в диалог. В общем игрофикация – это способ форматирования социально-значимой информации в структуру коммуникации присущей игре в условиях информационной насыщенности, экономической конкуренции производителей за ограниченные ресурсы: время (эфирное), внимание (аудитории), финансы (бенециантов). Логика развития общества связана с логикой развития коммуникации, а системный характер массовых коммуникаций ***формирует*** наиболее оптимальный способ публичной коммуникации – игры, но логика этого способа – игрофикация – значительно увеличивает возможности диалога. Под влиянием использования данного способа подготовки коммуникационных сообщений в аудитории массмедиа происходят значимые социальные эффекты.

Список литературы

1. **Барабаш Н. А.** Телевидение и театр: игры постмодернизма. Изд-е 2-е. М.: КомКнига, 2010.
2. **Вартанов А. С.** Актуальные проблемы телевизионного творчества: на телевизионных подмостках. М.: КДУ; Высшая школа, 2003.
3. **Волкова И. И.** К вопросу о функциональности игры и игровых коммуникаций в современных медиа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 12 (30). Ч. II. С. 41-45.
4. **Волкова И. И., Осиповская Е. А.** Особенности игрового кода политических медиакоммуникаций // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 2 (32). Ч. I. С. 47-50.
5. **Григорьева Л. Ю.** Практики игрофикации в массмедиа: сопряженность персонального и имперсонального // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2013. № 4 (24). С. 92-102.

6. **Дзялошинский И. М.** Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиапространстве России: автореф. дисс. … д. филол. н. М.: МГУ, 2013.
7. **Ильченко С. Н.** Отечественное телевещание постсоветского периода: история, проблемы, перспективы: учебное пособие. СПб.: ИВЭСЭП; Знание, 2008.
8. **Ильченко С. Н.** Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: автореф. дисс. … д. филол. н. М., 2012.
9. **Колесниченко А.** Практическая журналистика. М.: Изд-во МГУ, 2013.
10. **Кравченко С. А.** Социологический постмодернизм: теоретические источники, концепции, словарь терминов. М.: МГИМО (ун-т) МИД России, 2010.
11. **Лингвистика на службе гражданского общества: методология лингвистической диагностики социальных процессов в регионе** / отв. ред. О. С. Иссерс. Омск: Изд-во ОмГУ, 2013.
12. **Луман Н.** Введение в системную теорию / пер. с нем. М.: Логос, 2007.
13. **Луман Н.** Медиа коммуникации / пер. с нем. М.: Логос, 2005.
14. **Луман Н.** Реальность массмедиа / пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Канон+; РООИ , Реабилитацияѣ, 2012.
15. **Маклюэн Г. М.** Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. Изд-е 3-е. М.: Кучково поле, 2011.
16. **Новикова А. А.** Телевидение и театр: пересечения закономерностей. Изд-е 2-е. М.: Едиториал УРСС, 2010.
17. **Новикова А. А.** Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013.
18. **Олешко В. Ф.** Психология журналистики: учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2008.
19. **Хейзинга Й.** Homo Ludens. Статьи по истории культуры / пер., сост. и вступ. ст. Д. В. Сильвестрова. М.: Прогресс-Традиция, 1997.
20. **Gamification** [Электронный ресурс]. URL: http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/gamification?q=gamification (дата обращения: 27.01.2015).

"LANGUAGE GAMES": DISCURSIVE PRACTICES OF IDENTIFYING EMOTIONAL AND COGNITIVE TECHNOLOGIES FOR INVOLVING INTO DIALOGUE

Grigor'eva Larisa Yur'evna
Far Eastern Federal University in Vladivostok
glorica@mail.ru

The article presents the discourse-analysis of the definition "gamification" that was mentioned by Johan Huizinga. Necessity for the analysis arises in the discursive practice of identifying techniques for constructing dialogue under the conditions of mass communication. The convergence of mass media genres, using the elements of game in modern TV formats are conditioned both by the transformation of social processes and by the essence of mass media. The author argues for the necessity for methodological and interdisciplinary complementarity while explaining the processes of game, gamification and communication.

Key words and phrases: gamification; game; gamification; game-realization; gamerization; emotional and cognitive technology; dialogue; mass media.

УДК 101.8
Философские науки

В статье рассматриваются: теория «системного взгляда на мир» Л. Е. Гринина; концепция морали Г. Н. Гумницкого, суть которой состоит в определении морали в качестве основы развития и самосохранения человечества; концепция гуманности В. А. Кувакина, подчѐркивающая необходимость учитывать связь человека с природой и обществом при изучении гуманных качеств характера человека. Делается вывод, согласно которому указанные концепции позволяют исследовать гуманность как социально-философский феномен.

Ключевые слова и фразы: Л. Е. Гринин; Г. Н. Гумницкий; В. А. Кувакин; гуманность; человечность; мораль; человек; общество.

Григорян Татевик Вартановна
Забайкальский государственный университет
tatevick.1@yandex.ru

КОНЦЕПЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ГУМАННОСТИ КАК СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОГО ФЕНОМЕНА[·]

Реалии окружающей действительности, обнажающие гуманные и негуманные качества человека и общества, привлекают к себе внимание учёных. Особый интерес у них вызывает проблема определения предпосылок формирования гуманности в человеке и обществе. Поэтому большое внимание современными учёными уделяется проблеме гуманности подрастающего поколения, то есть анализируется педагогический аспект данного феномена (В. А. Колесников, Н. С. Коноплев, Е. Е. Тощева и другие) [6; 7], а также немалый интерес учёными проявляется к исследованию проблемы гуманности преступности, то есть затрагивается психолого-юридический аспект (А. И. Астрелин, А. В. Румянцев, В. М. Труш и другие) [11; 12].

[·] Григорян Т. В., 2015