

УДК 004.584

КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА КАК КОММУНИКАЦИЯ

Лошан К. О.

к.н.соц.ком, доцент каф. ДИД Мельник С.П.

Одесский Национальный Политехнический Университет, УКРАИНА

АННОТАЦИЯ. В данной работе рассмотрены классические и новаторские примеры игровой компьютерной коммуникации. Их перспективы применения и дальнейшее развитие пользовательского контента.

Введение. XXI век – век цифровых технологий, в котором компьютерные игры занимают весомое место в жизни человека. Игровая индустрия охватывает многомиллионную аудиторию. Во время игровой деятельности, пользователи взаимодействуют друг с другом, создавая новые формы межличностной электронной коммуникации.

Целью данной работы является изучение феномена межличностной игровой коммуникации и наиболее значимые черты коммуникации и взаимодействия участников игрового сообщества, а также особенности того, как она проявляется в современном обществе.

Коммуникация – это процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств [1]. В век цифровых технологий онлайн-игры уже давно стали межличностной компьютерной коммуникацией. Среди них на сегодняшний день особенно популярными стали два жанра MMORPG и MOBA. Рассмотрим их коммуникативные характеристики ниже в таблице 1.

Таблица 1 – Коммуникативные характеристики MMORPG и MOBA

MMORPG – World of Warcraft (сокращенноWoW)	MOBA - Dota 2 (Defence of the Ancients 2)
Основным видом коммуникации игроков в WoW являются текстовые чаты (имеется также голосовой, однако он используется реже). Чат может быть публичным: в таком случае реплики персонажа видны всем, кто находится неподалеку. Публичный чат делится на каналы: общий, торговый, локальной обороны, поиска группы, набора в гильдию, каналы отдельных гильдий и так далее. Игроки могут отправлять друг другу приватные сообщения (эта функция называется «шепот»). Наконец, персонаж игрока может проявлять эмоции: для этого необходимо ввести специальную команду (каждая команда отражает определенную эмоцию). Как и в социальных сетях, игроки внутри мира WoW могут добавлять друг друга в списки друзей. Это несет в себе некие коммерческие цели, для расширения аудитории[2].	Общение игроков друг с другом в Dota 2, как и в WoW, реализуется при помощи чатов, текстового и голосового. Текстовый чат имеет два канала: публичный (команда соперника тоже видит реплики игрока) и внутрикомандный. В отличие от MMORPG, формат MOBA-игры не подразумевает ни долговременных союзов игроков, ни длительных бесед об интересах. Чат в MOBA является не столько каналом общения, сколько способом скоординировать команду. Игроки в большинстве случаев раздают друг другу указания, сообщают о местоположении противника, кооперируются в группы по 2-3 человека для атаки на вражеский пост. Помимо конструктивных реплик, игроки высказывают мнение о качестве игры соперников или сокомандников, порой довольно экспрессивно, особенно если человек играет хуже остальных и тянет вниз всю команду[3].

С развитием новых цифровых возможностей, развивается и электронная коммуникация в виде компьютерной игры. Возникают новые формы такой коммуникации – это Летсплеи и Лайвстриминг. Ниже представлена сравнительная характеристика этих игр.

Летсплей(англ. let'splay) – видеоролик, который представляет собой запись игрового процесса конкретного пользователя, обычно сопровождаемого комментариями пользователя. Летсплейные ролики размещаются главным образом на YouTube.

Летсплеи привлекают либо за счет харизмы видеоблогера, либо когда пользователю интересен сюжет и визуальная составляющая игры, но проходить ее самостоятельно нет времени/умений/терпения/желания/технической возможности (например, если игра – эксклюзив для консоли, а в распоряжении пользователя только ПК). Появилось даже выражение «пройти игру на ютубе» (в значении «посмотретьлетсплей»):кладываетсяситуация,

когда контент, сгенерированный пользователем (видеоблогером, прошедшим игру и записавшим прохождение), служит для другого пользователя (зрителя) замещением оригинального контента[4].

Лайвстриминг (англ. *livestreaming*) – прохождение игры в прямом эфире с использованием специальных сервисов для трансляции. Наиболее значимыми платформами для стриминга являются YouTubeGaming, Hitbox.tv, Mirrativ и Twitch.tv.

Лайвстриминг представляет собой публичную трансляцию аудио или видео с параллельно открытым чат-каналом. Пользователи лайвстрим-платформ делятся на несколько категорий: стримеры, фоловеры, модераторы, партнеры, подписчики. На общение зрителей друг с другом и со стримером сильно влияют такие факторы, как отношение и степень дружелюбности стримера, так и количество зрителей в чате. Чем больше зрителей, тем больше стример получает денег, однако общение в чатах, где одновременно находится несколько сотен человек, довольно быстро перестает быть конструктивным и скатывается в хаос[5].

Сферой применения популярных современных компьютерных игр стали интегрированные маркетинговые коммуникации, поскольку компьютерные игры собирают большие аудитории, а где большое количество людей там и новые возможности для рекламы. Это можно наблюдать на киберспортивных турнирах, зачастую инвесторами выступают известные бренды, которые напрямую или косвенно связаны с цифровым миром. Однако на сегодняшний день после присоединения Украины ко всемирному процессу структуризации публичных государственных данных с их централизованным размещением на веб-порталах в виде наборов открытых данных (НОД), что Законом 2015 г. и дополнительным Постановлением КМ Украины обязало государственные учреждения размещать публичные данные на портале в структурированных текстовых форматах *CSV*, *XML*, *JSON* вместо недостаточно структурированных форматов *DOC(X)*, *XLS(X)*, *PDF*, активно рассматриваются и способы применения компьютерных игр в иных сферах социокоммуникативной деятельности, например, в политической, учебной и даже в деловой коммуникации и т.п. [6].

Выводы. С возрастанием популярности летсплеев и трансляций, с возникновением новых платформ, предоставляющих пользователям уникальные возможности (Steam, Twitch.tv), непрерывное развитие технологий, оказывающее существенное влияние на игровую индустрию (шлемы виртуальной реальности), формирование новых бизнес-моделей, касающихся как самих видеоигр, так и пользовательского контента (заработок трансляциями прохождения игры на Twitch.tv), можно утверждать, что перспективы развития и самой компьютерной индустрии, и ее изучения, и игрового сообщества очень велики, а также возможна генерация новых форм коммуникации и видов пользовательского контента. И на данный момент тема геймификации различных сфер социокоммуникативной деятельности до конца является не изученной и имеет большие перспективы в научно-техническом мире.

Результаты этой работы будут использованы в проекте ЕС Erasmus+KA2 "GameHub: университетско-предпринимательское сотрудничество в игровой индустрии в Украине" (рег.номер 561728-EPP-1-2015-1-ES-EPPKA2-CBHE-JP).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Основы теории коммуникации: Учебник / под редакцией проф. М. А. Василика [Текст]. – Гардарики, 2003. – 615 с.*
2. World of Warcraft. Blizzard Entertainment Inc. [Электронный ресурс] URL: <http://us.battle.net/wow/en>.
3. Официальный сайт Dota2. [Электронный ресурс] URL: <http://ru.dota2.com>.
4. EmanuelMaiberg. Why Horror Games Are More Fun to Watch Than Play // Motherboard. 2015. 30 октября. [Электронный ресурс] URL: <http://motherboard.vice.com/read/why-horror-games-are-more-fun-to-watch-than-play>.
5. Twitch. О программе. [Электронный ресурс] URL: <https://www.twitch.tv/p/about>.
6. Блажко, О. А., Мельник, С. П., Скрипкин, М. О. Гейміфікаційні можливості веб-порталів відкритих даних / О. А. Блажко, С. П. Мельник, М. О. Скрипкин // IV Українсько-німецька конференція Інформатика. Культура. Техніка : Збірник тез доповідей 30.06 – 02. 07 2016 м. Одеса, Україна. – Одеса : ОНПУ, 2016. – С.42 –43.