

## Видеоигра как форма коммуникации в современном обществе

Научный руководитель – Лядова Анна Васильевна

*Исмаилова Джаннет Рамизовна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: jannet0316@gmail.com*

Видеоигры сегодня выходят за рамки формы досуга и релаксации и становятся объектом научных исследований. По мере институционализации видеоигр усиливается интерес к ним как к социальным практикам, внутри которых вырабатываются нормы, идентичности и способы взаимодействия. Степень вовлеченности подтверждают данные ВЦИОМ за 2025 год: 76% пользователей Рунета имеют опыт гейминга, а 41% играют в видеоигры в настоящий момент [1]. Таким образом, видеоигры выступают значимой коммуникативной средой, в особенности для молодёжи, и требуют социологического описания не только содержания, но и коммуникативной структуры.

Коммуникация в социологической традиции может быть рассмотрена в рамках различных подходов и теорий: отечественная традиция (деятельностный подход), символический интеракционизм, драматургический подход и теория фрейма И. Гофмана, социальный конструктивизм, системный подход Н. Лумана, теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса, теория медиа М. Маклюэна, сетевой подход М. Кастельса и акторно-сетевая теория Б. Латура. Эти подходы и теории задают рамку понимания коммуникации и отражают ее комплексность.

Однако в качестве рабочей оптики принимается определение Н. Г. Осиповой социальной коммуникации как “передачи информации, чувств, оценок, значений, смыслов, ценностей и т.д. в процессе социального взаимодействия людей, групп, народов, государств” [2]. В этом смысле форма коммуникации понимается как способ организации процесса передачи информации, чувств, оценок, значений, смыслов и т.д. в процессе социального взаимодействия актантов. Поскольку форма коммуникации организует процесс передачи, рассмотрим ее структуру - элементы, задающие процесс коммуникации: фрейм, субъекты (актанты) и роли, система знаков, нормы и средства коммуникации.

Видеоигры демонстрируют полноту этих параметров. Во-первых, они фреймированы границами игровой ситуации. Сюжет, инструменты и интерфейс задают рамку понимания того, что происходит и как это интерпретировать. Во-вторых, действуют в видеоиграх актанты в понимании акторно-сетевой теории. Актантами могут быть игроки, разработчики, воплощенный в механике или во второстепенных персонажах искусственный интеллект. Игроки выступают интерпретирующим актантом, они “читают” ситуацию и координируют действия в зависимости от фрейма и от действий Другого (игрока, игровой механики или ИИ). Разработчик вступает в коммуникацию через сюжет или игровую механику, действует как институционализированный субъект. Он не присутствует в интеракции напрямую, но делегирует нормы и ожидания в код, механику, баланс и систему санкций, задавая формат возможного поведения. Искусственный интеллект также выступает участником процесса коммуникации. Он может вступать во взаимодействие с игроком через механизмы алгоритмической генерации новых событий и персонажей.

В-третьих, нормативность игры носит постоянный характер. Следование правилам во многом обеспечивается процедурными ограничениями. Здесь игровые роли приближаются

к институциональным - выход за рамки роли приводит к дисфункции (потере эффективности, санкциям, блокировкам), что делает роль функционально заданной.

В-четвёртых, видеоигры опираются на кодовую систему знаков, где смысл производится словами, действиями, визуальными сигналами и интерфейсными маркерами. Вербальный код включает игровой сленг и жанровые реплики сообщества, а невербальный код - значащие жесты аватара (эмоты, позы, демонстративные действия), которые позволяют участникам распознавать намерения и позиции друг друга без развернутого объяснения. Интерфейсные маркеры и индикаторы (“пинг”, маркеры статуса, уведомления) формируют стандартизированный порядок внимания, они подсказывают, что стоит считать значимым в ситуации, и обеспечивают быстрый обмен сигналами для координации. “Статусные предметы” (“скины”, редкие игровые предметы, титулы, достижения) функционируют как символы признания и различения, фиксируя принадлежность к сообществу и притязание на определённую позицию внутри него.

В-пятых, видеоигры опираются на средства коммуникации - инфраструктуру, через которую организуется взаимодействие (программную среду, платформы, серверы и сетевые протоколы). Платформы задают разработчикам рамки допустимого и возможного (стандарты, политики контента и безопасности, встроенные инструменты коммуникации и модерации), тем самым предопределяя, какие форматы общения и контроля будут встроены в игру. Для игроков эти средства задают режим присутствия: какие каналы доступны, кому и что видно, как быстро можно согласовывать действия, какие механизмы ограничений действуют. Поэтому средства коммуникации выступают как элемент, который структурирует взаимодействие и влияет на то, какие действия и знаки получают социальную значимость.

Таким образом, видеоигра может быть концептуализирована как социотехнически опосредованная форма коммуникации, в которой взаимодействие организовано фреймом игры, распределением субъектных позиций и процедурным нормативным порядком.

### Источники и литература

- 1) Азиатские игры для русских игроков. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/aziatskie-igry-dlja-russkikh-igrokov> (дата обращения: 1.03.2026)
- 2) Осипова Н. Г. Модели и теории социальной коммуникации // Современная социология / Под общей редакцией доктора социологических наук, профессора Н. Г. Осиповой. М.: АНО ЦЭМИ, 2023. С. 75.