

I. V. Petrova

The Herzen State Pedagogical University of Russia

A. V. Labudin

Saint Petersburg State Forest Technical University, North-West Institute of Management of RANEPa

SOCIAL INSTITUTION AND PROCESSES: A SOCIOLOGICAL DOMINANT

The research format of the open state-social-personal system presents the results of the analysis of higher education conditions for the socialization of students. The definition of the important role of the spatial factor – research sociological education reveals the need to introduce a multifunctional management mechanism of the educational subsystem of society. The project features sociological intervention of processes at all levels of the system, which provides functional flexibility and gives focus on the goal-attainment. The possibility of introducing sociological support for the co-management of the system processes of the institutional environment for other institutions of society is demonstrated.

Industry 4.0, object-subject-subject, social partnership, sociological intervention

УДК 316

Л. В. Шарахина

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

А. О. Азизулова, В. В. Богуславская, Е. А. Будник

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

МЕДИАПЛАТФОРМЫ КИБЕРСПОРТИВНОГО СООБЩЕСТВА

Развитие информационных технологий содействовало формированию в медиaprостранстве интернет-коммуникаций довольно закрытых социальных сообществ, где на основе общих интересов объединились представители разных стран и языковых культур. В статье рассматривается киберспортивное сообщество как социальная структура информационного общества, члены которой имеют свою коммуникационную инфраструктуру. Авторы фокусируются на рассмотрении киберспортивных медиа как элементе конституирования киберспортивного сообщества: анализируются их специфические черты и аудитория. Демонстрируется потенциал киберспорта и киберспортивных медиа как платформы эффективного и толерантного межкультурного взаимодействия.

Киберспортивное сообщество, медиаплатформа, киберспортивные медиа, информационное общество, эффективная коммуникация

Предпринимая попытку осмысления киберспорта и киберспортивных медиа в современном обществе, отметим прежде всего, что существование данных феноменов становится возможным лишь в информационном обществе: киберспорт является результатом развития информационных технологий. Понятие киберспорта будет раскрыто далее.

Исследователи информационного, или постиндустриального, общества в качестве одной из его основных сущностных характеристик отмечали глобализацию [1]–[3] и фокусировались не на экономическом аспекте данного явления, а на его влиянии на трансформацию процессов коммуникации и общества в целом. Согласно данному подходу глобализация – это не только реплицирование успешных бизнес-моделей, но и трансформация социальных структур, человеческой ментальности и языка.

Более того, влияние информационных технологий на процессы глобализации привело к пересмотру самого понятия «социальная структура». Так, например, известный британский социолог Энтони Гидденс [2] говорит о том, что существование социальных структур не обусловлено временем или местом, они формируются на основе набора правил и ресурсов, которыми обладают индивидуальные акторы и которые они воспроизводят в ходе социальных интеракций [4]. Таким образом, представляется возможным говорить о существовании виртуальных социальных структур.

Любопытно, что два-три десятилетия назад многие исследователи рассматривали виртуальную реальность и онлайн-коммуникации в качестве элементов, дополняющих прямую межличностную коммуникацию [5], [6]. Современная действительность демонстрирует обратное: многие нередко заменяют прямую коммуникацию общением онлайн, снижая транспортные расходы и расширяя географию общения [5].

Интернет позволил объединить в общую систему коммуникации представителей различных культур и субкультур, и «представители всех этих субкультур по-разному, в соответствии со своими приоритетами, принимают участие в массово-коммуникационном взаимодействии, и в сложном переплетении приоритетов предстает та самая система ценностей, с учетом которой может быть построена национально специфическая модель», иллюстрирующая ценность свободы личности в массовой коммуникации [7].

В связи с этим ключевым отличием киберспорта от домашних компьютерных игр является его способность привлекать аудитории, но аудитория киберспортивных соревнований уже нечто больше: киберспорт формирует коммуникативное киберспортивное сообщество, объединяя участников и зрителей (фанатов, комментаторов, обозревателей, сторонние организации), присваивая им разные роли [8].

Современные интернет-коммуникации – это глобальные площадки для самовыражения личностей [9]. Статья 19 Всеобщей декларации прав человека гласит: «Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ» [10].

В то же время становится очевидным «понимание того, что он (Интернет) не столько ломает границы, сколько воспроизводит те, что выстроены в головах пользователей» [11].

В соответствии с обозначенной тенденцией сегодня «массовая коммуникация становится все более «кастомизированной», когда каждый пользователь получает то, что хочет, в тех нишах, которые все более соответствуют его интересам и предпочтениям. «Длинный хвост» превращает массовый рынок в рынок «массы ниш» [12].

В результате развитие информационных технологий сделало возможным объединение представителей разных стран, с разными физическими возможностями, на основе общих интересов, образа жизни, традиций, возможно, склада мышления в довольно закрытые социальные сообщества. Киберспорт – прямое тому подтверждение, так как киберспортивное сообщество сегодня существует вне границ, но имеет свои ритуалы, формирует свой язык, который часто непонятен людям, живущим с киберспортсменом на одной территории, в одной стране. И в этом отношении представляет интерес работа Т. Л. Тэйлора «Повышая ставки: киберспорт и профессионализация компьютерных игр»: в киберспорте интересно то, что он сформировался вне пределов границ национальных государств, но все еще имеет национальные корни и обусловлен локальным контекстом [13].

Компьютерные видеоигры стали объектом исследования такой научной дисциплины, как «Game Studies» («Исследование игр»), начало которой было положено основанием «Международного журнала исследований компьютерных игр» [14] в Университете информационных технологий Копенгагена. Лаборатория игр Массачусетского технологического института (MIT Game Lab) считается наиболее авторитетным центром изучения индустрии компьютерных игр, поэтому магистерскую диссертацию по вопросам трансляции киберспортивных соревнований, выполненную на базе МИТ, можно рассматривать в качестве предпосылки для нашего исследования [15].

Упомянутые положения далее в настоящей статье будут подтверждены результатами эмпирических исследований. Но сначала обратимся к раскрытию понятия «киберспорт».

Медиапространство киберспорта. Киберспорт, или компьютерный спорт – это вид соревнований, которые проводятся в компьютерном виртуальном пространстве с помощью компьютерных технологий в игровых дисциплинах (видеоиграх). Данные дисциплины представляют среду взаимодействия для объектов управления, что обеспечивает равные условия состязаний между отдельными людьми или командами. Таким образом, происходит акт соревнования между спортсменами, где компьютер выступает в роли спортивного инвентаря, а игра создает виртуальное пространство и задает правила состязания. Во многих крупных странах мира, в том числе и в России, киберспорт уже признан официальным видом спорта и получает поддержку на государственном уровне (Приказ Министерства спорта Российской Федерации от 29.04.2016 г. № 470).

Согласно официальной информации с сайта Федерации компьютерного спорта России, киберспортивные дисциплины соответствуют определенным жанрам компьютерных игр: «Боевая арена», «Стратегия в реальном времени», «Шутер», «Файтинг», «Соревновательные головоломки», «Технический симулятор» и «Спортивный симулятор». Каждый из жанров этой классификации, соответственно, включает в себя от одной до нескольких киберспортивных игр, которые используются для соревнований.

При этом самих киберспортивных игр (соответствующих критериям присутствия соревновательного элемента, бессюжетности, короткосессионности и обеспечения изначально равных условий для игроков), по которым проводятся турниры, не так уж и много – около 20 наименований. Приведем более конкретный пример: киберспортивные игры «Dota 2», «League of Legends» и «Heroes of the Storm», которые по документам включены в единую дисциплину «Стратегия в реальном времени», образуют принципиально разные информационные поля, в рамках которых игроки и журналисты используют разные терминосистемы и сленг; поклонник одной из этих игр будет введен в замешательство фрагментами из дискурса другой и т. п. В данном отношении существует куда больше общих черт между футболом и киберфутболом, чем между играми, якобы входящими в одну и ту же дисциплину. Исходя из сказанного, в нашем исследовании мы будем считать игровыми дисциплинами отдельные киберспортивные игры.

Сегодня наиболее популярными киберспортивными дисциплинами в мире являются «Counter-Strike: Global Offensive» (около 12 млн игроков, наиболее популярна в США – 17,81 % от общего количества игроков в мире) и «Dota 2» (около 8 млн игроков, наиболее популярна в России – 18,13 % игроков) [16].

За сравнительно недолгое время своего существования киберспорт образовал свое собственное медиапространство и сформировал международное «виртуальное сообщество».

Сегодня в мире компьютерных игр упрочилась тенденция перехода от локальных киберпространств, существующих в электронных устройствах отдельных пользователей, к

глобальным, охватывающим миллионы игроков и позволяющим им соперничать не с искусственным разумом, а друг с другом. С распространением Интернета и увеличением его доступности индустрия компьютерных игр открыла «новое дыхание»: соревновательный интерес у геймеров присутствовал всегда, но появление многопользовательских игр позволило довести этот интерес до уровня спортивного. Таким образом, компьютерные игры приобрели статус одного из факторов, формирующих социальную действительность, фактически стали новым пространством сетевой социальной коммуникации, которое можно моделировать как любое другое медиапространство. В. В. Гудимов, рассматривая феномен киберигры еще в 2005 г., писал, что «вскоре киберигры станут фактором, который будет формировать социальную действительность и гражданскую мораль» [17]. Согласно исследованиям, «трансляции крупнейших киберспортивных соревнований превосходят по числу зрителей финалы Кубка Стэнли, игры НХЛ и т. д., а в ближайшие годы, согласно прогнозам Juniper Research и Adobe, будут побиты показатели НБА и “Формулы-1”» [18].

За короткий промежуток времени киберспорт достиг международного уровня и образовал свое собственное медиапространство, которое призвано отвечать потребностям и интересам геймерского сообщества: созданы дополнительные информационные каналы [19], которые освещали бы события, происходящие на профессиональной киберспортивной сцене.

Многие российские спортивные СМИ пытаются создавать специальные тематические разделы по киберспортивной тематике (например, «Матч.ТВ»), копируя контент из специализированных киберспортивных СМИ, но он получается слишком специфичным и не воспринимается большей частью аудитории таких масс-медиа. В связи с этим специализированные киберспортивные СМИ следует рассматривать в качестве основного «инструмента» формирования киберспортивного медиадискурса.

В России сегодня существуют специализированные СМИ, пишущие о киберспорте, например, Cybersport.ru и Cyber.sports.ru, тематические разделы на Championat.com и на Sports.ru; создано специализированное Mid.tv.

В отличие от бумажной и электронной прессы, посвященной компьютерным играм, основным контентом киберспортивных порталов являются не обзоры игровых новинок, а новостные и аналитические материалы [20], содержащие актуальную информацию о соревнованиях, командах и игроках, а также изменениях в игровом балансе отдельных дисциплин и т. п.

Статьи на киберспортивную тематику всегда, за редким исключением, сопровождаются визуальным контентом. Зачастую это видеоматериалы, сами собой представляющие содержательную часть: видеонОВОСТИ, записи матчей, избранные моменты игр («highlights» – «хайлайты») и т. п. В фокусе нашего анализа находятся те публикации, в которых визуальная часть выполняет функции именно эстетического оформления, стратегического функционирования и воздействия на сознание. За эти функции отвечают такие компоненты дизайна киберспортивных публикаций, как фотоиллюстрации, официальная символика и инфографика.

Помимо информационных порталов, к киберспортивным СМИ относятся и специализированные Twitch-каналы, на которых проводятся трансляции соревнований, работают команды комментаторов, аналитиков и ведущих. Наиболее популярные студии киберспортивных трансляций – RuHub и StarLadder, а также YouTube-каналы, где публикуются видеозаписи данных трансляций [19].

За компьютерными соревнованиями круглосуточно наблюдают миллионы зрителей по всему миру: основные мероприятия транслируются через стриминговые платформы, предлагаемые такими ресурсами как Twitch.tv, YouTube, Facebook, ВКонтакте. По статистике сайта

Newzoo [21], за период с 2012 по 2015 г. аудитория зрителей киберспортивных соревнований выросла со 134 млн зрителей до 226 млн; к 2019 г. прогнозируется рост до 350 млн. При этом количество постоянных зрителей, которые наблюдают за киберспортивными событиями чаще двух раз в месяц, т. е. постоянно, уже превысило половину от общего числа пользователей. Матчи финала нижней сетки крупнейшего в мире киберспортивного чемпионата The International 2017 (игровая дисциплина «Dota 2», призовой фонд – 25 млн дол.) между европейским составом Team Liquid и китайской командой LGD Forever Young одновременно смотрели почти 11 млн человек; в Китае и странах СНГ трансляция матча шла уже глубокой ночью.

Рассмотрим аудиторию киберспортивных медиа немного подробнее.

Аудитория киберспортивных медиа. На данный момент в любой казуальной мобильной игре для любых возрастов и гендеров есть такой элемент, как таблица рейтинга, где свой результат можно сравнить с результатами других игроков. Киберспорт – сфера, в которой соревновательный интерес геймеров раскрывается в полной мере и становится профессией, стилем жизни, формирует круг интересов и систему ценностей.

В обществе успел сформироваться стереотип, что аудитория компьютерного спорта в основном состоит из школьников 13–17 лет, однако это не так. По данным сайта статистики Newzoo на 2017 г. [21], почти половина киберспортивной аудитории – это люди от 25 до 34 лет, еще четверть – молодежь от 18 до 24 лет. Социологические опросы показывают, что большая часть любителей киберспорта не планирует бросать игру или наблюдение за турнирами в будущем, что свидетельствует о предстоящем «взрослении» этой аудитории.

С точки зрения гендера дело обстоит однозначно: несмотря на то, что женщины являются активными пользователями компьютерных видеоигр и игровых приложений, что позволяет компаниям-разработчикам ориентироваться на эту часть аудитории и выпускать специализированные продукты именно для нее, примерно 85 % любителей киберспорта – мужчины. Это подтверждает и текущее положение на профессиональной сцене: женщины-киберспортсмены встречаются очень редко и практически никогда не добиваются высоких результатов на международных соревнованиях. Это объясняется тем, что они не готовы уделять столько же внимания и времени игре, сколько и мужчины, в том возрасте, который является самым распространенным среди геймеров-профессионалов (18–30 лет), отдавая предпочтение учебе и созданию семьи. Это порождает особое отношение к женщинам внутри киберспортивного медиасообщества, доходящее до открытых проявлений сексизма.

Тем не менее внутри сообщества ни на официальном, ни на неофициальном уровне не существует ограничений по полу и/или возрасту; в одном составе могут выступать спортсмены 18 и 28 лет, что не мешает команде добиваться крупных успехов, в том числе выходить на мировое первенство.

Аудиторию киберспортивных матчей можно условно разделить на игроков-любителей, которые мечтают попасть в профессиональный киберспорт и используют трансляции для получения опыта от наблюдения за действиями киберспортсменов, и на болельщиков, которых занимает сам процесс игры и возможность поддерживать любимые команды как в социальных сетях, так и присутствуя на самих турнирах в качестве живых зрителей. Но даже среди вторых процент никогда не запускавших игру ничтожно мал, и они чаще всего владеют игровым сленгом и профессиональной терминологией на том же уровне, что и игроки-любители, и журналисты, и киберспортсмены, и это делает их такими же полноправными членами информационного медиасообщества.

Вначале в киберспортивные матчи инвестировали производители компьютерных игр, компьютеров и комплектующих, но к 2018 г. в киберспортивные соревнования начали инве-

стировать такие корпорации, как PepsiCo, MasterCard, Mercedes, Total и Castrol, Procter&Gamble, Aviasales и другие международные организации самых разных профилей деятельности. Компании создают тематическую рекламу, тем самым привлекая внимание молодежи. К киберспортивному буму активно подключаются международные спортивные клубы, собирая собственные составы по разным дисциплинам и подписывая отдельных игроков.

Однако есть особые критерии, которые позволяют более конкретно оценить аудиторию именно спортивных медиа.

Первое – это непосредственно сама игра, которая создает вокруг себя определенное информационное поле. Киберспорт, как и традиционный спорт, представляет собой совокупность различных дисциплин, которые могут быть ограничены как определенным жанром, так и одной конкретной игрой. Из этого проистекают различия терминосистем, сленга, крылатых фраз и большого количества специфичных нюансов, от которых напрямую зависит успешность контакта между журналистом и аудиторией.

Интересно также то, что каждая конкретная игра может являться маркером ее пользователей по другим критериям, например, возрасту. Общеизвестным является факт, что в «World of Tanks» предпочитают играть мужчины за 30, а фанаты «CS:GO» в большинстве своем старше, чем фанаты «Dota 2» и других игр в жанре «МОБА». Это естественным образом влияет на специфику медиаконтента в тематических рамках отдельной игры.

Второе – это степень погружения в игру. Исследователи деятельности киберспортивных комментаторов А. П. и П. А. Суходимцевы [22] предлагают разделение аудитории каждой спортивной дисциплины на игроков-любителей, которые стремятся к переходу в профессиональный киберспорт и используют трансляции как наглядное пособие для изучения различных техник и приемов, и просто болельщиков, которым нравится созерцать сам процесс игры и болеть за любимые команды на стадионах, в специальных барах и кафе. Данное разделение, вполне характерное и для других спортивных отраслей, наглядно отражается в традиции ведения киберспортивной трансляции, когда комментированием матча занимаются сразу два журналиста – аналитик и непосредственно комментатор, подогревающий интерес аудитории.

Поддержание интереса аудитории киберспортивными медиа осуществляется во многом благодаря их выраженной интерактивности. Представляется возможным отнести данную особенность к обязательным условиям коммуникационного продвижения любого субъекта. Согласно моделям PR, предложенным Джеймсом Грюнигом, эта особенность относится к наиболее развитой двухсторонней симметричной модели [23].

Интерактивность киберспортивных медиа. Для киберспортивных СМИ характерна выраженная интерактивность, которая проявляется в следующих характеристиках: обратная связь, блогерство, интерактивные включения, интерактивность киберспортивных трансляций.

1. Обратная связь. В рамках любого киберспортивного медиаресурса предусмотрена возможность оценки и комментирования новостных материалов. Довольно часто объемы пользовательских комментариев под одной статьей в десять и больше раз превышают объем самой статьи. Обсуждение статьи постепенно переходит в обсуждение самих комментариев или последовательный обмен мнениями с предоставлением дополнительной информации. Поэтому процесс чтения не заканчивается на официальном материале, а переходит в сектор комментариев к записи. С помощью комментариев можно вступить в открытый диалог с самими журналистами или аналитиками, которые, как и обычные пользователи, являются читателями статей на ресурсах. Другие пользователи имеют возможность продемонстрировать свое отношение к тому или иному комментарию, одобрить или оспорить его одним кликом мышки. Коли-

чество баллов, заработанных таким образом, отмечается в профиле у пользователя, и в зависимости от этого числа ему может быть присвоен соответствующий ранг, что превращает комментирование статей в своеобразную игру с постепенным развитием профиля.

За состоянием сектора комментариев следят специальные модераторы, фильтрующие нецензурную лексику или удаляющие откровенно оскорбительные высказывания. В рамках сектора комментариев пользователи общаются друг с другом с помощью геймерского сленга, и затруднений в коммуникации между ними не возникает, поскольку все они погружены в одно информационное поле.

Зачастую одними из самых активных комментаторов оказываются сами авторы текстов, или блогеры.

2. Блогерство. Поскольку киберспортивные медиа все еще находятся на стадии развития, а объемы информации внутри индустрии неуклонно растут, на многих ресурсах учтены интересы тех пользователей, которые изъявляют желание не только просматривать подготовленные журналистами материалы, но и создавать свои собственные. Например, на крупнейшем русскоязычном киберспортивном портале Cybersport.ru существует отдельная рубрика для пользовательских блогов, и некоторые записи из них, проходя специальную модерацию, попадают на главную страницу. Посвященная компьютерным состязаниям колонка популярного русского сайта Sport.ru полностью состоит из блогов, которые ведутся группой киберспортивных журналистов.

Как и официальные материалы, блогзаписи могут содержать не только текст, но и фото- и видеоматериалы, инфографику. Пользователи, как правило, не чувствуют себя закованными в рамки строгой терминологии, чаще пользуются сленгизмами, цитатами из трансляций и интернет-мемами. Интересно, но эта черта является основным отличием общего вида материалов на сайтах Cybersport.ru и Cyber.sports.ru: поскольку в первом преобладают официальные журналистские записи, а во втором – блогерские, последний обладает репутацией скорее развлекательного, нежели серьезного новостного ресурса.

3. Интерактивные включения. В число подобных материалов входят опросы, тесты и конкурсы, по большей части несущие развлекательный характер. Они проходят как на официальных сайтах СМИ, так и на их страницах в социальных сетях. Благодаря им пользователи не только воспринимают информацию из новостных статей, но и проверяют свою память и эрудицию, голосуют за победу любимых команд, а также получают виртуальные или даже материальные вознаграждения за те или иные действия.

4. Интерактивность киберспортивных трансляций. Прямые трансляции киберспортивных турниров и иных мероприятий обладают еще большей интерактивностью, нежели новостные ресурсы.

Основной способ общения официальных комментаторов со своими зрителями – это онлайн-чаты, которые предоставляются стриминговыми площадками (Twitch, YouTube). Эти чаты активно используются пользователями во время трансляций, где они общаются друг с другом, задают вопросы комментаторам и дают оперативную обратную связь в случае неполадок с видео или звуком. Зрители могут также выражать свои эмоции по поводу происходящего на трансляции с помощью специальных смайликов.

Поскольку желающих оставить свое сообщение в чате бывает слишком много, модераторы чата вводят определенные ограничения: например, один пользователь может оставлять только одно сообщение в течение нескольких минут. Подобные ограничения способствуют нормальному функционированию чата: во время крупных трансляций, когда

количество зрителей превышает 200 000, лента сообщений обновляется с огромной скоростью, что делает ее чтение затруднительным.

В чате также действуют и другие ограничения: автоматическая модерация не позволяет появляться фразам с большим количеством прописных букв, а также отправляет во временную изоляцию пользователей, которые злоупотребляют нечитаемыми символами. Эти символы нередко используются для создания своеобразных графических изображений, которые появляются прямо в чате. Если эти изображения вызывают интерес других пользователей, они могут начать копировать данную комбинацию нечитаемых символов и повторять рисунок снова и снова. Поскольку одним из первых подобных изображений, появившихся в чатах, стал рисунок гуся, в киберспортивной среде устойчивой является фраза «Запускаем гуся, работяги!». Тем не менее подобное поведение может караться временной блокировкой «запускающих гусей» пользователей.

К сожалению, автоматическая модерация чатов во время трансляции не распространяется на нецензурную лексику. Русскоязычные зрители пользуются отсутствием подобного запрета, нередко превращая чат трансляции в площадку для оскорблений, а также креатива в самых разных формах: от словообразования с помощью лексической редупликации до стихотворчества с использованием устойчивых рифмовок. Нужно отметить, что чаты международных (англоязычных) трансляций обычно отличаются большим спокойствием и доброжелательностью по отношению к другим зрителям, комментаторам и командам, нежели русскоязычные.

Помимо интерактивного чата, трансляции нередко включают в себя общение с пользователями других социальных сетей, например, Twitter. Ведущие и комментаторы в прямом эфире предлагают зрителям публиковать свои вопросы, фотографии или тематическое творчество с использованием специальных тегов. Затем редакторы отбирают наиболее интересные публикации, а режиссер включает их в трансляцию в паузах между матчами, и студия аналитики имеет возможность ответить на вопросы или прокомментировать фотографии. Помимо этого, во время трансляций происходят розыгрыши призов среди зрителей.

Вполне логичным в связи с изложенным является обращение к рассмотрению киберспортивного сообщества в аспекте межкультурной коммуникации, поскольку само сообщество и коммуникативная ситуация родились в пространстве глобальной (международной) коммуникационной сети.

Межкультурная коммуникация в киберспортивном сообществе. Несмотря на то, что споры о пользе и вреде увлечения компьютерными играми в научной среде все еще не утихают, доказанным является тот факт, что многопользовательские игры, а в частности, те, которые являются киберспортивными дисциплинами, предоставляют возможность сделать межкультурную коммуникацию неотъемлемой частью повседневной жизни.

Сегодня создатели компьютерных игр и организаторы киберспортивных турниров изначально ориентируются на широчайшую аудиторию – международную. Серверы для онлайн-игры расположены в самых разных точках земного шара.

Таких же ограничений нет и на уровне народности или этнической принадлежности игроков. Для киберспортивного сообщества не существует политических границ – все упирается в возможность и успешность речевой коммуникации, необходимой для командной работы. Приобщение к любой игре, признанной киберспортивной дисциплиной, автоматически означает включение в глобальное сообщество. Поскольку в год происходит очень большое количество международных турниров, куда приглашаются игроки со всего мира, в Интернете постоянно проходят турнирные квалификации: в связи с локальностью серверов эти квалификации делятся

на регионы (например, в дисциплине «Dota 2» это Северная и Южная Америка, Европа, СНГ, Китай и Юго-Восточная Азия). Вследствие того, что на основной части соревнований команда представляет не конкретную страну, а целый регион, внутри него политические барьеры автоматически снимаются, и болельщики всех стран региона образуют свое цельное сообщество. В случае с регионом СНГ это прослеживается и на уровне журналистского освещения событий: турниры транслируются и комментируются на русском языке вне зависимости от того, в России, Украине или Казахстане находится студия. Внутри региона очень часто образуются смешанные составы, но нередкими являются случаи образования многонациональных команд из всех точек мира – все зависит от возможности коммуникации и уровня игры.

По данным некоторых исследований, киберспортивная молодежь отличается большей толерантностью и предрасположенностью к межкультурному общению [24]. В связи с этим выдвигаются предложения использовать киберспортивные мероприятия как эффективный способ формирования межкультурной и межкультурной коммуникации в молодежной среде.

Как и в большинстве других сфер деятельности человека, международный язык общения в рамках киберспорта – английский, одновременно являющийся оригинальным языком в большей части видеоигр. Это обуславливает огромный поток заимствований англоязычной лексики, формирующей профессиональный язык киберспортивных медиа, а он, в свою очередь, является основой сленга, на котором общаются любители киберспорта. Для понимания этого языка недостаточно простого знания английского – важно помнить названия игровых объектов и понимать систему их взаимодействия. Именно поэтому журналистами, комментаторами, редакторами киберспортивных СМИ в подавляющем большинстве случаев становятся игроки, в том числе бывшие профессионалы, закончившие свою игровую карьеру.

Анализ медиапространства киберспорта позволяет найти примеры того, как фразы на каком-либо языке становятся общемировыми крылатыми выражениями и даже поговорками. Например, «Queota?» (полный и правильный вариант – «quer outra», переводится с португальского как «хочешь еще?» в значении «хочешь получить еще одну пулю?») – распространенная фраза в информационном поле командно-тактического шутера Counter-Strike, она используется как боевой клич игроками по всему миру вне зависимости от их уровня знания португальского.

Интересно, что разработчики игры «Dota 2» внесли значительный вклад в популяризацию отдельных фраз комментаторов, включив возможность использовать их как кричалки внутри игры. Так получили всемирное распространение фразы в исполнении украинских комментаторов Виталия Волочая («Ай-яй-яй-яй-яй, что сейчас произошло!») и Романа Лепехина («Это! Просто! Нечто!») и др.

С точки зрения межкультурного взаимодействия представляют также интерес никнеймы киберспортсменов. Безусловно, подавляющее большинство профессиональных киберспортсменов использует для написания своего никнейма латинский алфавит: это упрощает работу международных комментаторов на трансляциях. Однако встречаются и иные примеры. Прозвище Александра «ХВОСТ» Дашкевича состоит из латинских символов, однако англоязычные кастеры произносят его никнейм как «Huvoss», стараясь передать звучание соответствующего русского слова. Daryl Koh 冰冰冰 PeiXiang, игрок из Сингапура, во время официальных матчей играет под никнеймом из трех китайских иероглифов «лед», при этом международное сообщество знает его под наименованием iceiceice.

Одним из негласных законов функционирования киберспортивного сообщества является толерантность – одно из следствий глобализации. Несмотря на то, что тематика воинских сражений в компьютерных играх получает практически материальное воплощение (по сравнению с традиционными видами спорта, где обращение к подобным образам является своего рода развернутой тематической метафорой), объединяющую силу киберспорта сложно переоценить. В виртуальной реальности политические разногласия теряют свою силу; более того, благодаря универсальной лексике и большому количеству англоязычных заимствований, внутриигровая коммуникация, необходимая для командной работы, налаживается между представителями самых разных народов. Учитывая то, что эта коммуникация происходит между представителями молодого поколения разных стран, несложно догадаться, какое благотворное влияние подобное объединение оказывает на крепнущие умы – влияние, которое сложно было бы оказать любыми другими специальными средствами. В рамках нашей политической ситуации это лучше всего видно на взаимоотношениях российских и украинских игроков.

В киберспортивной индустрии Россия, Украина, Белоруссия, Казахстан и другие страны СНГ считаются единым регионом (это имеет важное значение на уровне региональных квалификаций на различные турниры, где под каждый из мировых регионов выделяется конкретное количество мест). И, несмотря на недавние конфликты между странами, СНГ-регион не потерял свою целостность ни в общемировом плане, ни в плане отношения к этому игроков и сообщества. Большая часть составов из СНГ продолжает оставаться смешанными, болельщики из России поддерживают команды из Украины на том же уровне, что и российские, и наоборот.

Легендарная пятерка из команды *Virtus.pro*, прозванная так после успеха на соревнованиях «Dota 2 2016 Boston Major», имела в своем составе игроков из России и Украины. Их успех на квалификационных соревнованиях обусловил формирование имиджа превосходства данной команды над другими участниками путем использования визуальных и вербальных инструментов, несмотря на политический дискурс российско-украинских отношений [25], [26].

Многие игроки считают политкорректность лучшим способом избегания внутри команды конфликтов, которые могут отразиться на ее проигрыше, поэтому профессиональные киберспортивные менеджеры создают жесткие правила, запрещающие оскорблять людей по признакам пола, расы, веры и т. п. Например, «Valve», компания-разработчик «Dota 2», может применять бан игроков или даже команд, если на них поступают жалобы от других игроков.

Соревнования «Overwatch World Cup» также могут служить примером трансляции ценностей толерантного отношения среди молодых игроков, так как к участию в данных соревнованиях допускаются неопытные игроки. Это командный шутер, сюжет которого происходит в будущем. Игровые персонажи – ученые, военные, изобретатели из разных стран земного шара (Россия, Британия, Швейцария, Бразилия, Намибия, Китай и т. д.), которые работают сообща, чтобы противостоять террористам [27].

В связи с этим можно предположить, что при соблюдении ряда условий, таких как регулярность проведения и направленность на сотрудничество, киберспортивные мероприятия могут стать эффективным способом формирования межэтнической и межкультурной коммуникации в молодежной среде.

Большие объемы вынужденного международного общения дают также и побочные эффекты: русскоязычная молодежь вне игровой среды продолжает общаться на смеси русского и английского языков, коверкая одновременно оба, а также снабжая свою речь игровым сленгом. Слушателю, не погруженному в информационное поле киберспорта, что-то понять в подобной коммуникации будет крайне сложно или даже невозможно. Этот своеобразный

социолект частично используется комментаторами во время киберспортивных трансляций, а его понимание также служит маркером принадлежности к игровому сообществу.

Таким образом, сегодня представляется возможным констатировать существование киберспортивного сообщества как особой социальной структуры, члены которой объединены общими интересами, имеют свою коммуникационную инфраструктуру, в том числе и киберспортивные медиа.

Для киберспортивных медиа характерна высокая степень интерактивности, которая проявляется в следующих характеристиках: обратная связь, блогерство, интерактивные включения, интерактивность киберспортивных трансляций. Сегодня в мире компьютерных игр наблюдается тенденция перехода от локальных киберпространств к глобальным, охватывающим миллионы игроков, что естественным образом формирует ситуации для межкультурного общения. Взаимодействие между членами киберспортивного сообщества ограничено в большей степени языковыми барьерами (при наличии таковых), а не географическими или культурными различиями, что демонстрирует потенциал киберспорта как площадки для формирования толерантного отношения к представителям иных стран и культур, межкультурного и межэтнического диалога. Тем не менее большое количество заимствований, в основном из английского языка, позволяет говорить о формировании социолекта, владение которым служит маркером признания в обществе геймеров. Вышеуказанные характеристики киберспортивного сообщества выделяют его в отдельную гибкую социальную систему, которая и способна к саморазвитию и саморегулированию вне зависимости от внешних событий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Harvey D. *Seventeen Contradictions and the End of Capitalism*. London: Profile Books, 2014.
2. Giddens A., Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing, 1996.
3. Sassen S. *A Sociology of Globalization (Contemporary Societies)*. New York: W. W. Norton & Company, 2007.
4. Bryant Ch. G. A., Jary D. Anthony Giddens // Ritzer G. *The Blackwell companion to major contemporary social theorists*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003. P. 247–273. DOI: 10.1002/9780470999912.ch11.
5. Dutton W. H. *Social Transformation in an Information Society: Rethinking Access to You and the World*. URL: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/social-transformation-in-an-information-society-rethinking-access-to-you-and-the-world/> (дата обращения: 09.06.2018).
6. Woolgar S. *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*. Oxford: Oxford Univ. Press, 2002.
7. Корконосенко С. Г., Кудрявцева М. Е., Слуцкий П. А. *Свобода личности в массовой коммуникации* / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2010.
8. Anderson S. L. *Watching People Is Not a Game: Interactive Online Corporeality, Twitch.tv and Video-game Streams*. URL: <http://gamestudies.org/1701/articles/anderson> (дата обращения: 17.07.2018).
9. Шарахина Л. В. Splinternet в формировании информационного неравенства субъектов // *Информация–Коммуникация–Общество: материалы XIV Всерос. науч. конф.* СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2017. С. 298–301.
10. Всеобщая декларация прав человека (Принята резолюцией 217 А (III) Генеральной Ассамблеи ООН 10 декабря 1948 г.) // Офиц. сайт ООН. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml (дата обращения: 09.06.2018).
11. Эппле Н. Виртуальные кухни // *Ведомости*. 2016. 25 нояб., № 4211.
12. Богуславская В. В., Богуславский И. В. Медиатекст и хэштеги: цифровая трансформация СМИ // *Гуманитарный вектор*. 2017. Т. 12, № 5. С. 51–57.
13. Taylor T. L. *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge, Mass.: MIT Press Paperback, 2015.
14. Сайт «Международного журнала исследований компьютерных игр». URL: <http://www.gamestudies.org/> (дата обращения: 10.07.2018).

15. Sell J. E-Sports broadcasting. Thesis for Masters of Science in Comparative Media Studies. URL: <http://gamelab.mit.edu/research/e-sports-broadcasting/> (дата обращения: 09.06.2018).
16. Кирюкин «FUKi» А. География игр: россияне любят Dota 2, а американцы – CS:GO // Cyber-sport.ru. URL: <https://www.cybersport.ru/news/geografiya-igr-rossiyane-lyubyat-dota-2-a-amerikantsy-cs-go> (дата обращения: 14.07.2018).
17. Гудимов В. В. Психология компьютерных игр и фантазии игрока. URL: http://www.medicinform.net/comp/comp_psych23.htm (дата обращения: 10.06.2018).
18. Мешалкин Я. Побеждать играючи. Карта киберспортивной индустрии: деньги, бренды, крупнейшие турниры // Спортивный маркетинг в России. 2018. № 1. URL: https://marspo.ru/files/D_MarSpo_2018.pdf (дата обращения: 10.06.2018).
19. Зарипов А. Р. Спортивное интернет-издание: структурно-семиотический анализ // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2015. № 20–2. С. 48–52.
20. Терпелец Ж. А. Языковые и жанровые особенности спортивного дискурса как разновидности дискурса СМИ / материалы науч. и науч.-метод. конф. проф.-препод. сост. КГУФКСТ. Краснодар, 2015. № 1. С. 68–69.
21. Market intelligence on games, esports, and mobil. URL: <https://newzoo.com> (дата обращения: 09.06.2018).
22. Суходимцева А. П., Суходимцев П. А. Профессия киберспортивного комментатора как социальное явление // International Scientific Rev. 2016. № 11 (21). С. 93–95.
23. Grunig J. E., Grunig L. A. Models of Public Relations and Communications // Excellence in Public Relations and Communication Management / ed. by J. Grunig. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1992. P. 285–325.
24. Афонина И. С., Алиева М. Г. Психологические особенности личности геймеров и киберспортсменов // Лучшая студенческая статья 2018: сб. ст. XIV Междунар. науч.-исслед. конкурса. В 4 ч. Ч. 4. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. С. 202–204.
25. Медведева Я. Главная надежда СНГ в Бостоне. URL: <https://cyber.sports.ru/tribuna/blogs/valvemajor/1118985.html> (дата обращения: 14.07.2018).
26. Наумов «Leko» М. Новые короли СНГ: Virtus.pro – главный фаворит The Boston Major. URL: <https://www.cybersport.ru/news/novye-koroli-sng-virtus-pro-glavnyy-favorit-the-boston-major> (дата обращения: 14.07.2018).
27. Сайт игры «Overwatch». URL: <https://playoverwatch.com/ru-ru/> (дата обращения: 09.06.2018).

L. V. Sharakhina

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

A. O. Azizulova, V. V. Boguslavskaya, E. A. Budnik

Pushkin State Russian Language Institute

E-SPORT COMMUNITY MEDIA PLATFORMS

The development of digital information technologies contributed to forming rather closed social communities in the media scene of the Internet communications. Such associations integrate representatives of different counties and various linguistic cultures sharing common interests. The article represents E-sport community as a structural element of Information society which members share the same communication infrastructure. Specific features and audience of e-sport media as an integration instrument of E-sport community are analyzed. E-sport and e-sport media opportunities for effective and tolerant inter-cultural collaboration are demonstrated.

E-sport community, e-sport media, media platform, Information society, effective communication
