

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/3034-3364-2026-1-9>

УДК 130.2



Attribution

cc by

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО СПОРТА

Матвеев Д.А.

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

Аннотация. Статья посвящена исследованию геймификации как культурного феномена современного спорта. Цель исследования – выявить культурные механизмы геймификации спорта и определить её роль в трансформации спортивной практики в условиях цифровизации. Методология исследования включает культурологический анализ и системный подход: геймификация рассматривается как элемент более широкого процесса лудификации культуры, а спортивные практики – как система, органично восприимчивая к игровым механикам. Результаты показывают, что геймификация не является внешним наложением игровой логики на спортивную практику, но представляет собой выявление и переформатирование имманентной игровой природы спорта средствами цифровых технологий. Установлено, что различные виды спорта соответствуют разным игровым модальностям, что обуславливает их высокую восприимчивость к геймификации. В массовом спорте геймификация выполняет функцию социокультурного инструмента вовлечения населения в физическую активность.

Ключевые слова: геймификация, спорт, спортивная культура, игровые механики, играизация, цифровизация.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

GAMIFICATION AS A CULTURAL PHENOMENON OF CONTEMPORARY SPORT

Dmitry A. Matveev

MSU named after. N.P. Ogareva

Abstract. The article investigates gamification as a cultural phenomenon of contemporary sport. The purpose of the study is to identify the cultural mechanisms of sport gamification and to determine its role in the transformation of sporting practice in the context of digitalisation. The methodology includes cultural analysis and a systems approach: gamification is examined as an element of the broader process of ludification of culture, while sporting practices are regarded as a system organically receptive to game mechanics. The results demonstrate that gamification does not represent an external imposition of game logic upon sporting practice, but rather the identification and reformatting of the immanent ludic nature of sport through digital technologies. It is established that different sports correspond to distinct game modalities, which accounts for their high receptiveness to gamification. In mass sport, gamification functions as a sociocultural instrument for engaging the population in physical activity.

Keywords: gamification, sport, sport culture, game mechanics, playification, digitalisation.

Funding: Independent work.

Введение.

Современный спорт переживает эпоху глубоких трансформаций, природа которых обусловлена не только технологическим прогрессом, но и принципиальными сдвигами в культурной парадигме общества. Одним из наиболее значимых явлений, определяющих облик спортивной культуры в XXI веке, становится геймификация – процесс интеграции игровых механик, элементов и логики в неигровые контексты с целью повышения вовлечённости, мотивации и лояльности участников. Будучи изначально сформулированной в рамках менеджмента и маркетинга, концепция геймификации органично проникла в пространство спорта, коренным образом изменив отношения между спортсменом и тренировочным процессом, между болельщиком и командой, между зрителем и спортивным зрелищем.

Актуальность изучения данного феномена определяется несколькими взаимосвязанными факторами.

Во-первых, беспрецедентный рост индустрии видеоигр и киберспорта создал новую культурную среду, в которой игровое мышление стало нормой для целых поколений. Поколение Z и миллениалы – основная потребительская аудитория современного спорта – воспринимают мир через призму игровых паттернов: систем достижений, рейтингов, наград и мгновенной обратной связи. Это обстоятельство вынуждает спортивные организации, федерации и клубы адаптировать свои продукты и коммуникации к новой культурной реальности.

Во-вторых, геймификация в спорте представляет собой не просто технологический инструмент, но подлинное культурное явление, трансформирующее

смыслы и ценности, связанные со спортивной деятельностью. Если прежде спорт воспринимался преимущественно как сфера физического совершенствования, соревновательной борьбы и коллективной идентичности, то сегодня к этим измерениям добавляется игровое измерение – с присущими ему механиками прогресса, нарративами личного роста и инструментами геймплея. Данное обстоятельство требует серьёзного культурологического и социологического осмысления.

В-третьих, процессы геймификации существенно влияют на педагогику спорта и систему подготовки спортсменов, открывая новые возможности для мотивации, обучения и коррекции поведения как профессиональных атлетов, так и занимающихся спортом в рекреационных целях. Научное исследование этих процессов позволяет не только описать происходящие изменения, но и выработать практические рекомендации по оптимизации спортивной подготовки и управления спортивными организациями.

Целью настоящей статьи является комплексное исследование геймификации как культурного феномена современного спорта: анализ её теоретических оснований, конкретных проявлений в различных сегментах спортивной практики и культуры, а также оценка перспектив её дальнейшего развития.

Обсуждение.

По справедливому замечанию А.П. Авдеевой и Ю.А. Сафоновой, «внедрение игрового элемента в культуру становится частично управляемым человеком процессом» [1, с. 177]: термин «геймификация» вошёл в научный оборот в 2000-х гг., когда его впервые применил разработчик компьютерных игр Н. Пеллинг, хотя соответствующие практики существовали значительно раньше

В наиболее общем смысле, геймификация понимается как применение игровых элементов и принципов игрового дизайна в неигровых контекстах. При этом, как подчёркивают А.Ю. Мастюгин и А.Ю. Суранов, речь идёт не об игре в детском смысле слова, а об «интеграции забавных или соревновательных элементов игры в реальную жизнь» [6, с. 19]. К числу ключевых игровых элементов, используемых в геймификации, традиционно относят: очки и баллы, уровни и прогрессию, значки и достижения, рейтинги и таблицы лидеров, квесты и задания, нарративы и ролевые элементы, а также обратную связь в режиме реального времени.

Понять природу геймификации невозможно без обращения к более широкому культурному контексту игры. Т.И. Мороз и С.Н. Басалаев указывают на то, что игра «пронизывает всю человеческую культуру», а «игровая функция сложна и многогранна» – она охватывает эмоциональное общение, искусство, творческое развитие личности и её освобождение от социальных условностей [7, с. 62]. Это принципиально важно для понимания геймификации как культурного явления, а не сугубо технологического инструмента.

Теоретически геймификация опирается на несколько фундаментальных концепций. Прежде всего, это теория самодетерминации [12], согласно которой

внутренняя мотивация человека определяется тремя базовыми психологическими потребностями: в автономии (возможности самостоятельно принимать решения), компетентности (ощущении роста и мастерства) и связанности с другими людьми. Грамотно спроектированные игровые механики способны удовлетворять все три потребности одновременно, обеспечивая устойчивую вовлечённость участника. Для спортивной деятельности эта теоретическая база особенно значима: именно баланс автономии, ощущения компетентности и принадлежности к команде (сообществу) обеспечивает долгосрочную приверженность спортивным практикам.

Не менее важна концепция «потокowego» состояния (flow), разработанная в психологии. Состояние потока – это оптимальное переживание полного погружения в деятельность, при котором сложность задачи точно соответствует уровню навыков исполнителя. Геймификация, опираясь на прогрессивное усложнение заданий, стремится воспроизвести это состояние вне игрового контекста, в том числе в спортивных тренировках и соревнованиях. Хорошо выстроенные системы геймификации в спорте обеспечивают участнику постоянное нахождение в «зоне ближайшего развития», что максимизирует как удовольствие от занятий, так и их результативность.

Важно подчеркнуть, что геймификация укоренена в более широком процессе «игразации» (playification) – пронизывания игровой логикой всё большего числа сфер жизни.

А.П. Авдеева и Ю.А. Сафонова констатируют: «синтез цифровых технологий и игровых механик приводит к возникновению новых феноменов культуры и повседневных социальных практик», а «геймификация становится трендом, определяющим трансформацию культуры и социума XXI в.» [1, с. 177].

В.В. Плотников и Е.О. Кубякин фиксируют появление термина «ludification of culture» [13] – лудификация культуры, обозначающего «тенденцию превращения различных практик в игру или придания им игровых черт», – и указывают, что «эта ситуация коренным образом отличается от предыдущих эпох» [9, с. 82]. В таком обществе игра перестаёт быть противоположностью серьёзной деятельности и становится одним из универсальных способов организации человеческого опыта.

По выражению М. Маклюэна, игра есть «утопическое видение, с помощью которого мы интерпретируем и достраиваем смысл нашей повседневной жизни» [5, с. 270].

Важен и социально-демографический контекст.

А.В. Царева показывает, что переоценка значения игры в современном мире обусловлена урбанизацией, информатизацией, изменением структуры семейных отношений и ростом доходов, а главным фактором выступает «трансформация структуры свободного времени и форм социальной деятельности в связи с интеграцией информационных технологий в различные сферы жизни» [10, с. 143]. В контексте спорта, это

означает принципиальное изменение культурных кодов: спортивная деятельность всё в большей степени осмысливается и организуется по законам игры, что влечёт за собой трансформацию не только форм спортивной практики, но и её смыслового наполнения, ценностных оснований и социальных функций.

Геймификация в любительском и массовом спорте.

Если в профессиональном спорте геймификация является, прежде всего, инструментом повышения результативности и управления, то в массовом и любительском спорте она выполняет принципиально иную функцию – привлечения и удержания людей в спортивной деятельности как таковой.

В условиях, когда проблема физической инактивности населения приобретает масштаб глобальной угрозы здоровью, геймификация физической активности становится важнейшим культурным и социальным инструментом.

А.Н. Волков, С.В. Кузнецов и М.Н. Журавлева отмечают, что цифровые технологии в спортивной сфере «обеспечивают более широкие возможности для вовлечения населения в физическую активность», что особенно актуально в условиях распространения мало-подвижного образа жизни [2, с. 36].

Ключевым медиумом геймификации физической активности в массовом сегменте стали мобильные приложения и носимые устройства.

По наблюдению Е.С. Грищенко и Г.О. Наумова, геймификация «превращает повседневные задачи в игровой процесс, предлагая пользователю цели, награды, достижения» по образцу компьютерных игр, а фитнес-приложения мотивируют пользователей «бонусами за достижение определённых целей или участие в соревнованиях» [3, с. 807-808]. Такие платформы, как Strava, Nike Run Club, Fitbit и многочисленные их аналоги, превращают обычные пробежки, велопрогулки и тренировки в игровой процесс с чёткими целями, прогрессией достижений, социальными рейтингами и нарративными элементами. Пользователь зарабатывает значки за установление личных рекордов, соревнуется с друзьями в недельных челленджах, «разблокирует» новые уровни подготовленности. Тем самым, физическая активность встраивается в привычную для современного человека игровую логику, снижая психологический барьер к регулярным занятиям.

А.В. Норманская подчёркивает инклюзивный характер геймификации: её практики «дают возможность проявить творческие способности, реализовать креативный потенциал личности независимо от социального положения, материальных возможностей, возрастных характеристик» [8, с. 42].

Важным аспектом геймификации в массовом спорте является её социальное измерение. Игровые механики используются не просто для индивидуальной мотивации, но для формирования сообществ вокруг физической активности. Командные челленджи, совместные «квесты», возможность делиться достижениями в социальных сетях превращают спорт из сугубо

индивидуального занятия в коллективный опыт, опосредованный цифровыми технологиями.

А.С. Кравец и И.Ю. Тихонова справедливо замечают, что игра раскрывает отношение человека к миру: он «дистанцируется от реальности, подчиняется ей или подчиняет себе других» [4, с. 47] – и выбор игрового режима в спортивном приложении становится формой подобного самовыражения. Это порождает новые формы спортивной идентичности и принадлежности, не связанные с традиционными институтами – клубами, секциями, федерациями.

Результаты.

Классификация игр М.А. Шереметьевой – на «игры ловкости и находчивости, игры-импровизации, коммуникативные игры, игры-экспериментирования, игры-испытания и спортивные» [11, с. 81] – завершается именно спортивными играми, помещая спорт в конец типологического ряда. Однако если взглянуть на спорт не как на финальную точку этой классификации, а как на самостоятельный феномен, требующий внутренней дифференциации, обнаруживается принципиально иная аналитическая перспектива: спорт сам по себе вмещает в себя все перечисленные игровые модальности.

Так, единоборства и гимнастика апеллируют, прежде всего, к играм ловкости и находчивости – телесной реакции, тактическому мышлению в режиме реального времени.

Командные виды спорта – футбол, баскетбол, хоккей – несут в себе мощную коммуникативную составляющую: победа здесь невозможна без выстроенного взаимодействия, невербальных кодов, командной синергии.

Экстремальный спорт тяготеет к игре-испытанию: он проверяет не столько соперника, сколько самого себя, свои пределы и страхи.

Отдельные практики – трейлраннинг, паркур, фристайл – содержат явные черты игры-импровизации, где маршрут или исполнение не заданы жёстко, а создаются ситуативно.

Наконец, технологически ориентированные дисциплины – парусный спорт, формульные гонки, стрельба – включают элемент игры-эксперимента: здесь критически важна работа с переменными, адаптация к условиям, поиск оптимального решения.

Именно это внутреннее многообразие делает спорт столь восприимчивым к геймификации. Если геймификация – это перенос игровых механик (очки, уровни, достижения, нарративы прогресса) в неигровые или полуйгровые контексты, то спорт, будучи уже насыщенным игровыми структурами, реагирует на геймификацию не как на чужеродное тело, а как на систему, получающую новый интерфейс. Цифровизация, в этом отношении, лишь усиливает и визуализирует то, что в спорте всегда присутствовало имплицитно: статистику как нарратив, соревнование как квест, тренировку как прокачку персонажа.

Таким образом, геймификация спорта – это не внешнее наложение игровой логики на спортивную

практику, а выявление и переформатирование той игровой природы, которая в спорте изначально заложена. Цифровые технологии, в данном случае, выступают не источником игрового начала, а его усилителем и новым языком описания.

Заключение.

Проведённое исследование позволяет утверждать, что геймификация представляет собой одно из ключевых культурных явлений современного спорта, укоренённых в более широком процессе лудификации и играизации общества. Она не привносит в спорт нечто принципиально чуждое: скорее, цифровые технологии делают видимым и операционализируемым то, что изначально было заложено в природе спортивной деятельности, – её игровую структуру, нарративы прогресса и соревновательную логику.

Типологический анализ показал, что разные виды спорта тяготеют к различным игровым модальностям – от игр ловкости и импровизации до игр-испытаний и игр-экспериментов, – что обуславливает их органичную совместимость с механиками геймификации. Именно это внутреннее разнообразие делает спорт особенно восприимчивой средой для геймифи-

цированных решений: игровые интерфейсы не трансформируют природу спорта, а предлагают ей новый язык описания и взаимодействия.

В массовом сегменте геймификация приобретает выраженное социокультурное значение: превращая физическую активность в игровой процесс с целями, прогрессией и социальными рейтингами, она снижает психологические барьеры к регулярным занятиям, формирует новые сообщества и идентичности, не зависящие от традиционных институтов спорта.

Тем самым, геймификация выступает инструментом демократизации физической культуры в условиях глобальной проблемы инактивности населения.

Вместе с тем, геймификация несёт в себе риски редукции спортивного опыта к системе внешних стимулов, что может подрывать внутреннюю мотивацию и подлинную ценность спортивного участия. Дальнейшее культурологическое осмысление этих процессов нам представляется необходимым условием их ответственного проектирования и применения. Перспективы дальнейшего исследования также связаны с поколенческой спецификой восприятия геймифицированных спортивных практик.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Авдеева А.П. Геймификация: характеристики, тренды, риски / А.П. Авдеева, Ю.А. Сафонова // *Вестник университета*. 2024. № 8. С. 175-184. DOI: 10.26425/1816-4277-2024-8-175-184 EDN: JYSGAU
2. Волков А.Н. Спорт будущего: VR-технологии как инструменты демократизации физической культуры / А.Н. Волков, С.В. Кузнецов, М.Н. Журавлева // *Теория и методика физической культуры, спорта и туризма: межвузовский сборник научно-методических работ*. Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2024. С. 34-37.
3. Грищенко Е.С. Геймификация как феномен современной культуры / Е.С. Грищенко, Г.О. Наумов // *Актуальные проблемы авиации и космонавтики: сборник материалов X Международной научно-практической конференции, посвящённой 100-летию академика М. Ф. Решетнёва и Дню космонавтики: в 3 т., Красноярск, 08–12 апреля 2024 г.* – Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий им. акад. М.Ф. Решетнёва, 2024. С. 807–809.
4. Кравец А.С. Феномен играизации в постсовременном обществе / А.С. Кравец, И.Ю. Тихонова // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия*. 2021. № 2(40). С. 47-54. EDN: QVFJYS
5. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; пер. с англ. В.Г. Николаева. Москва: Кучково поле, 2011. 464 с.
6. Мастюгин А.Ю. Привлечение, удержание и возвращение потребителя посредством геймификации / А.Ю. Мастюгин, А.Ю. Суранов // *Практический маркетинг*. 2020. № 8(282). С. 19-24. DOI: 10.24411/2071-3762-2020-10038 EDN: ZPRTRU
7. Мороз Т.И. Игра как способ преобразования реальности / Т.И. Мороз, С.Н. Басалаев // *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. 2019. № 48. С. 60-66. EDN: YWOWPH
8. Норманская А.В. Тексты геймификации как тексты массовой культуры / А.В. Норманская // *Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение*. 2020. № 37. С. 37-43. DOI: 10.17223/22220836/37/5 EDN: MESIYT
9. Плотников В.В. Феномен игры как аттракциона и его влияние в современном обществе / В.В. Плотников, Е.О. Кубякин // *ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура*. 2025. № 4(111). С. 77-87. EDN: NRAHOD
10. Царева А.В. Тенденции играизации современного общества / А.В. Царева // *Система ценностей современного общества*. 2012. № 24. С. 140-145. EDN: RQRLJJ
11. Шереметьева М.А. Статус компьютерных игр в современной культуре / М.А. Шереметьева // *Ярославский педагогический вестник*. 2019. № 6(111). С. 184-189. DOI: 10.24411/1813-145X-2019-1-0576 EDN: KUDLWY
12. Deci E.L., Ryan R.M. *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. NY: Plenum Publishing Co, 1985. 371 p.
13. Raessens J. *Playful Identities, or the Ludification of Culture* // *Games and Culture*. January, 2006. Vol. 1 (1). P. 52-57.

References:

1. Avdeeva A.P. *Gamification: characteristics, trends, risks* / A.P. Avdeeva, Yu.A. Safonova // *Bulletin of the University*. 2024. No. 8. pp. 175-184. Identification number: 10.26425/1816-4277-2024-8-175-184 edited by: YYSGAU
2. Volkov A.N. *Sport of the future: VR technologies as tools for democratizing physical culture* / A.N. Volkov, S.V. Kuznetsov, M.N. Zhuravleva // *Theory and methodology of physical culture, sports and tourism: interuniversity scientific and methodological collection of works*. Saint Petersburg: POLYTECH PRESS, 2024. pp. 34-37.
3. Grishchenko E.S. *Gamification as a phenomenon of modern culture* / E.S. Grishchenko, G.O. Naumov // *Actual problems of aviation and cosmonautics : collection of materials of the x scientific and practical International Conference dedicated to the 100th anniversary of Academician M. F. Reshetnev and Cosmonautics Day: in 3 volumes, Krasnoyarsk, April 08-12, 2024 – Krasnoyarsk: Siberian State University of Science and Technology named after Academician M.F. Reshetnev*, 2024. pp. 807-809.
4. Kravets A.S. *The phenomenon of gamification in a postmodern society* / A.S. Kravets, I.Y. Tikhonova // *Bulletin of Voronezh State University. Series: Philosophy*. 2021. No. 2(40). pp. 47-54. User NAME: QVFJYS
5. McLuhan G.M. *Understanding media: external human extensions* / G. M. McLuhan; translated from English by V.G. Nikolaev. Moscow: Kuchkovo Pole Publ., 2011. 464 p.
6. Mastuyugin A.Y. *Attraction, retention and return of the consumer through gamification* / A.Y. Mastuyugin, A.Y. Suranov // *Practical marketing*. 2020. № 8(282). pp. 19-24. Identification number: 10.24411/2071-3762-2020-10038 EDN: ZPRTRU
7. Moroz T.I. *Game as a way to transform reality* / T.I. Moroz, S.N. Basalaev // *Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts*. 2019. No. 48. Pp. 60-66. EDN: WOW
8. Normanskaya A.V. *Gamification texts as texts of mass culture* / A.V. Normanskaya // *Bulletin of Tomsk State University. Cultural studies and art criticism*. 2020. No. 37. pp. 37-43. DOI: 10.17223/22220836/37/5 ED.: MESIIT
9. Plotnikov V.V. *The phenomenon of the game as an attraction and its influence in modern society* / V.V. Plotnikov, E.O. Kubyakin // *SEARCH: Politics. Social studies. Art. Sociology. Culture*. 2025. No. 4(111). pp. 77-87. EDN: NARAHOD
10. Tsareva A.V. *Tendencies of gamification of modern society* / A.V. Tsareva // *The value system of modern society*. 2012. No. 24. pp. 140-145. EDN: RQRLJJ
11. Sheremetyeva M.A. *The status of computer games in modern culture* / M.A. Sheremetyeva // *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 2019. No. 6(111). PP. 184-189. DOI ID: 10.24411/1813-145X-2019-1-0576 EDN: KUDLWY
12. Deci E.L., Ryan R.M. *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Publishing Co., 1985. 371 p.
13. Raessens J. *Game identities, or the revival of culture* // *Games and Culture*. January 2006. Volume 1 (1). pp. 52-57.

Информация об авторе:

Матвеев Дмитрий Александрович, аспирант, Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, e-mail: matvei61998@yandex.ru

Dmitry A. Matveev, Postgraduate student of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «MSU named after N.P. Ogareva».

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 24.02.2026;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 13.03.2026;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.03.2026.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.