

Уразметова Милана Айратовна

студентка

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

г. Москва

Уразметова Александра Владимировна

д-р филол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

г. Уфа, Республика Башкортостан

DOI 10.31483/r-168901

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИНТЕРАКТИВНОСТИ И ИХ ТРАНСФЕР ИЗ ИГРОВОЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ СРЕДУ

Аннотация: в статье рассматриваются психологические механизмы вовлечения аудитории в интерактивный контент и их влияние на внимание, мотивацию и эмоциональную вовлечённость. Анализируются иллюзия соавторства, чувство собственности, геймификация, система вознаграждения, FoMO и партиципаторная культура. Особое внимание уделяется применению этих механизмов в медиа, игровой индустрии и образовательной среде. Показано, что грамотное использование интерактивных форматов позволяет повысить активность пользователя и сделать его непосредственным участником процесса.

Ключевые слова: интерактивность, вовлечённость, мотивация, иллюзия соавторства, геймификация, партиципаторная культура, образовательный процесс.

Под интерактивностью понимается такая характеристика цифровой среды, контента или коммуникации, при взаимодействии с которой пользователь не просто воспринимает информацию, но и активно участвует в процессе ее конструирования. Cambridge Dictionary определяет интерактивность как «степень вовлечения пользователя в обмен информацией с компьютером» [1] и отдельно отмечает видеоигры как пример интерактивной среды, в которой участник может влиять на содержание или развитие процесса посредством собственных действий,

выбора и обратной связи. Таким образом, ключевое отличие интерактивного контента от традиционного заключается в том, что пользователь становится участником процесса, а не только его зрителем или читателем.

Интерактивный формат сегодня востребован во многих сферах, где важно не просто передать информацию человеку, а вовлечь в процесс и удержать его внимание. Особенно активно он используется в *медиа и журналистике* – например, в интерактивных статьях, картах, инфографике и специальных проектах. Большое значение интерактивность имеет в игровой индустрии, поскольку действия пользователя могут напрямую влиять на развитие событий и его собственный опыт. Она применяется в рекламе и маркетинге, в музеях и на выставках, в продуктах виртуальной и дополненной реальности. Помимо этого, интерактивные форматы широко применяются в *образовании*: в онлайн-курсах, тестах, симуляторах, образовательных играх и виртуальных лабораториях, где учащийся может самостоятельно пробовать разные варианты и сразу видеть результат.

Эффективность и привлекательность интерактивных форматов объясняется не только технологическими возможностями, но и глубокими психологическими механизмами, которые активируются при взаимодействии пользователя с контентом. Именно эти механизмы позволяют превращать пассивного зрителя в активного участника процесса, значительно повышая эмоциональную вовлечённость и запоминаемость информации.

Одним из таких механизмов является *иллюзия соавторства*, когда пользователь ощущает, что его действия и решения определяют дальнейшее развитие истории. Данный принцип свойственен прежде всего интерактивному кино или нарративной видеоигре, в которой у пользователя есть возможность выбора, влияющего на развитие сюжета. Однако такая свобода выбора является лишь кажущейся, поскольку перечень всех возможных вариантов сюжетного развития заранее ограничен создателями.

Из механизма иллюзии соавторства вытекает *ощущение собственности* (psychological ownership) – чувство, что происходящее принадлежит именно вам и является результатом вашего личного выбора. Игрок, видя последствия своих

решений, считает историю «своей» и сильнее привязывается к персонажам и происходящим событиям. Именно поэтому в нарративных играх смерть героя из-за «неверного» решения вызывает настолько сильное чувство вины и раскаяния, что игрок сразу же хочет перезапустить игру и спасти своего персонажа, пытаясь исправить ошибку.

Описанный выше механизм работает также для иных форм интерактивного нарратива – например, для интерактивного кино. «Интерактивное кино – это формат, в котором повествование предлагает зрителю стать не просто сторонним наблюдателем, а полноценным участником истории и, возможно, ее соавтором» [2]. Возможность самостоятельно выбирать развитие истории усиливает интерес аудитории и мотивирует её искать разные пути развития действия. «Знаковым примером реализации принципов интерактивности и соавторства в современном кинематографе стал эпизод «Bandersnatch» из популярного сериала «Black Mirror» (Netflix)» [3, с.116]. У зрителя есть выбор в действиях персонажа и за каждым решением следует разный путь сюжета и разные финалы. Благодаря этому многие зрители смотрели фильм повторно для того, чтобы посмотреть все возможные варианты развития событий и сравнить со своим путем.

Если иллюзия соавторства объясняет личное ощущение влияния на содержание произведения, то теория *партиципаторной культуры* (participatory culture) Генри Дженкинса позволяет рассмотреть следующий уровень вовлечения – участие аудитории уже за пределами самого произведения. «Возможность делиться собственными материалами и взаимодействовать с сообществом способствуют переходу от простого потребления к сотворчеству» [4]. В результате вокруг произведений формируются различные сообщества, где люди создают свои собственные материалы (мемы, видеоролики, обзоры, рецензии, дискуссии). Благодаря этому аудитория не просто воспринимает контент, но и активно участвует в его интерпретации и развитии.

Геймификация также способствует удержанию внимания, поскольку встраивает в интерактивный контент систему поощрений. Выбор определённого варианта, получение достижения, открытие новой концовки или завершение

сюжетной линии создают у пользователя ощущение прогресса и стимулируют продолжать взаимодействие. Важную роль здесь играют ожидание результата и стремление довести начатое до конца. Благодаря этому интерактивные проекты могут вызывать желание возвращаться к ним снова, чтобы исследовать новые возможности и получить ранее недоступный результат [5].

Ещё одним фактором вовлечения выступает *FoMO* (fear of missing out) – страх упустить важное. Наличие нескольких сюжетных вариантов и их активное обсуждение побуждают аудиторию освоить контент полностью, чтобы не выпасть из общего обсуждения [6]. Этот эффект дополняется положениями *теории самодетерминации* Э. Деси и Р. Райана (Self-Determination theory, SDT) [7]. Согласно этой теории, для высокой внутренней мотивации человеку необходимо удовлетворение трёх базовых психологических потребностей: автономии (самостоятельность выбора), компетентности (ощущение эффективности своих действий) и причастность (социальная связь). Интерактивные форматы идеально удовлетворяют все три потребности. В совокупности это усиливает мотивацию и способствует состоянию глубокого погружения в процесс (flow) [8].

В образовательном процессе также могут использоваться различные интерактивные форматы: интерактивные презентации, образовательные игры и симуляции, виртуальные лаборатории, интерактивные видео, карты и цифровые таймлайны. Отдельное место занимают интерактивные журналы, которые объединяют текст, изображения, видео, ссылки и другие мультимедийные элементы. Учащиеся могут не только использовать готовые материалы, но и самостоятельно создавать интерактивные карты, журналы, аудиогиды и виртуальные экскурсии, разрабатывая маршруты, добавляя описание объектов и мультимедийный контент. Также эффективны интерактивные кейсы, виртуальные выставки и проекты с элементами дополненной реальности. Интерактивные форматы позволяют сделать обучение более интересным, дают возможность учащимся использовать полученные знания на практике и стать активным участником образовательного процесса.

Таким образом, все вышеперечисленные психологические механизмы (ощущение автономии, соавторство, чувство собственности, система вознаграждения, FoMO и социальная вовлечённость) могут быть использованы для удержания внимания и интереса пользователя в разных сферах, от медиапространства до сферы образования, что существенно увеличивает активность, заинтересованность и мотивацию участников процесса.

Список литературы

1. Cambridge English Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/interactivity> (дата обращения: 12.08.2026).
2. Асриева С.В. Иммерсивный театр: глубокий погружающий опыт для зрителей / С.В. Асриева // Современная культура: проблемы истории и технологии развития: материалы III Всероссийской конференции в рамках фестиваля науки «NAUKA 0+» (Смоленск, 13 октября 2023 года). – Курск: Университетская книга, 2024. – С. 5–8. EDN GGIXSY
3. Фоменко Р.А. Иллюзия соавторства в интерактивном кино / Р.А. Фоменко // Человек и культура. – 2025. – №5. – С. 113–121. – DOI 10.25136/2409–8744.2025.5.76248. EDN CCFDJP
4. Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics / H. Jenkins [et al.]. – Cambridge: Polity Press, 2016. – 214 p.
5. Zichermann G., Cunningham Ch. Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps / G. Zichermann, Ch. Cunningham. – O'Reilly Media, 2011. – 182 p.
6. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out / A.K. Przybylski [et al.] // Computers in Human Behavior. – 2013. – No. 29. – P. 1841–1848.
7. Deci E.L. The «what» and «why» of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior / E.L. Deci, R.M. Ryan // Psychological Inquiry. – 2000. – Vol. 11, No. 4. – P. 227–268. – DOI 10.1207/S15327965PLI1104_01.
8. Csikszentmihalyi M. Flow: The Psychology of Optimal Experience / M. Csikszentmihalyi. – New York: Harper & Row, 1990. – 303 p.