

Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

*Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия
Институт философии человека, Кафедра теории и истории культуры
Доцент, кандидат культурологии**Herzen State Pedagogical University, Saint Petersburg, Russia
Associate Professor, Ph.D. in Culturology
achukurov@yandex.ru***ФЕНОМЕН ГЕРОЯ В КОНТЕКСТЕ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ:
К ВОПРОСУ О ВЗАИМОВЛИЯНИИ И СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРАКЦИИ В MMORPG**

В статье рассматриваются вопросы функционирования дигитального тела в виртуальной реальности. В фокусе анализа – практики социализации, самоидентификации и социальной коммуникации в цифровом пространстве. Основной акцент в исследовании сделан на взаимодействии виртуального героя и дигитального тела, поскольку это совершенно новый тип интеракции. Исследуя специфику воздействия виртуального героя на реципиента и особенности интеракции в виртуальном пространстве, мы подробно анализируем феномен мультиплеерных онлайн игр (MMORPG), которые сочетают в себе оба эти фактора. Впервые в истории культуры взаимодействие художественного образа и реципиента носит непосредственный характер в силу трансформации всей морфологии телесности и формирования дигитального тела, погруженного в виртуальное пространство.

Ключевые слова: дигитальное тело, виртуальное пространство, телесность, MMORPG, коммуникация, самоидентификация.

Вопросы социальной коммуникации, социализации и самоидентификации в многопользовательских онлайн играх в

**THE HERO'S PHENOMENON IN
THE VIRTUAL REALITY CONTEXT:
THE INTERRELATION AND SOCIAL
INTERACTION IN THE MMORPG**

This article discusses the digital body functioning in a virtual reality. The focus of the analysis - the practice of socialization, identity and social communication in the digital space. The main focus of the study is made on the interaction of a virtual hero and the digital body, because it is a completely new type of interaction. Examining the specifics of the virtual hero's impact on the recipient and the features of the interaction in the virtual space, we analyze in detail the phenomenon of multiplayer online games (MMORPG), because they combine both of these factors. For the first time in the history of culture, the interaction between the art hero and the recipient is immediate because of the transformation of bodily morphology and the formation of a digital body immersed in virtual space.

Key words: Digital Body, Virtual Space, Bodility, MMORPG, Communication, Self-Identification.

силу своей чрезвычайной актуальности довольно часто становятся предметом рассмотрения в западноевропейской и североамери-



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

канской гуманитарной науке. Причем, тематика подобного рода исследований невероятно разнообразна: это и аспект индивидуальной интеракции в отдельно взятых игровых проектах, и специфика групповой коммуникации, и особенности построения социальной иерархии и т.д. Так группа ученых из научно-исследовательского центра Паоло-Альто – Н. Даченоу, Э. Никелл, Р.Дж. Мур и др. – довольно долго занималась анализом социальной интеракции в рамках вселенной MMORPG «Звездные войны»¹. Был собран обширный материал, позволивший выяснить, как именно взаимодействуют пользователи – предпочитают ли вербальное общение или общение в чате, – время интеракции, локации в самой игре, где происходит наиболее интенсивное взаимодействие и пр. Вполне традиционными уже стали регулярные опросы, которые позволяют определить степень актуальности для геймеров социальной интеракции в MMORPG. Еще в 2003 году благодаря подобной работе группы исследователей – Марку Гриффицу, Марку Дэвису и Даррену Чапеллу – удалось выявить, что коммуникация в MMORPG является одним из самых привлекательных аспектов. Ей отдали предпочтение 41% пользователей, и лишь 4% назвали возможность убийства других игроков наиболее привлекательным моментом². Некоторые труды уже и вовсе стали классикой исследования социального аспекта, как напри-

мер работа А.Р. Гэллоуэя «Социальный реализм в компьютерных играх»³. Научные изыскания в этой области подкрепляются и богатыми эмпирическими данными маркетинговых исследований, проводимых крупными компаниями, такими как, например, Wyzowl⁴.

В российской науке активное изучение игровой индустрии и, конкретно, компьютерных игр началось относительно недавно, причем проходит оно в русле анализа феномена игры в целом. Возможно, это связано с тем, что в случае с западной университетской традицией подобного рода исследования проходят «под маркой» cultural research, в то время как в России – в большей степени в рамках культурологии, а то и вовсе социальной философии. Так, например, целостный и, одновременно, современный анализ игры предлагает Д.Б. Писаревская в своей статье «Ролевые игры: пример „социализации“ субкультуры», обращая внимание на аспект внутри игрового взаимодействия, но сосредотачиваясь на «реконструкторах», лишь косвенно соприкасаясь с иными ролевыми играми⁵.

За последние годы наработан некоторый опыт анализа компьютерных игр жанра RPG. В основном, это статьи, раскрывающие тот или иной аспект игровой индустрии, –

¹ Ducheneaut, N., Moore, R.J. The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game // In Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer Supported Cooperative Work, ACM Press, 2004. P. 360-369.

² Griffiths M. D., Davies M. N. O., Chappell D. Breaking the stereotype: The case of online gaming. // Cyber Psychology and Behavior, №6, 2003. P. 81-91.

³ Galloway R. Alexander. Social Realism in Gaming. // Game studies. The international journal of computer game research, volume 4, issue 1. Now., 2004. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.gamestudies.org/0401/galloway/>. Дата обращения 10.09.18.

⁴ <https://www.wyzowl.com/> Animated explainer video company – это наиболее авторитетная маркетинговая компания в области видеоигр и видеоконтента.

⁵ Писаревская Д.Б. Ролевые игры: пример „социализации“ субкультуры // Этнографическое обозрение. 2008. № 1. С. 8-18.



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

Н.И. Васильевой, П.И. Ефимовой, Т.А. Золотовой, М.Б. Игнатьева, О.А. Степанцовой, М.А. Кропачевой, Е.С. Литвиновой и др. Появились и диссертационные исследования, в частности, «Компьютерные виртуальные игры: культурно-антропологические аспекты анализа» (Гутман И.Е., 2009)⁶. Есть и весьма оригинальные для России работы, в которых изучение игр проходит через «погружение» в игровое пространство, что весьма популярно в североамериканской традиции cultural research. Например, работа М.В. Каманкиной «Видеоигры: общая проблематика, страницы истории, опыт интерпретации»⁷. Это, с нашей точки зрения, самая полная монография по истории и теории компьютерных игр на сегодняшний день в России, но даже в ней проблема социализации и интеракции в пространстве MMORPG практически не затрагивается.

Довольно подробный анализ проблемы интеракции пользователей в MMORPG на игровых форумах и внутри игровых чатах представлен в работе М.А. Кропачевой и Е.С. Литвиновой «Геймеры как субкультурный феномен»⁸.

К сожалению, приходится констатировать, что MMORPG пока не стали предметом самостоятельного рассмотрения – т.е. вне поля

компьютерных игр, игровой индустрии или феномена игры вообще.

Между тем, именно аспект социализации и интеракции в MMORPG крайне актуализируется в наши дни. И рассматриваться он должен через призму функционирования дигитального тела. Как показывает практика, морфология телесности, представленная в классических трудах М. Фуко, М. Мосса, В.А. Подороги, В.Л. Круткина, И.М. Быховской и пр., в которых обозначено физическое тело, социальное тело и, в некоторых случаях, культурное тело, сегодня больше не работает. Информационное общество привело к формированию нового вида телесности – телесности дигитальной – представляющей нас в цифровом пространстве. Причем, не имеет значения, о какой именно «форме присутствия» мы говорим – аккаунт в социальных сетях, блог, форумное общение, персональный сайт-визитка или полноценное погружение в мир той или иной MMORPG: сегодня практически каждый человек цивилизованного мира имеет ту или иную форму присутствия в цифровом пространстве. И поскольку дигитальная телесность – это полноправный аспект нашей повседневной реальности, – то он автоматически меняет и все механизмы социализации и самоидентификации личности. Как известно, самоидентификация строится на соотнесении себя с определенной группой/человеком/образом. Самоидентификация в виртуальном пространстве строится по тем же принципам. Цифровая реальность подчас дает куда больше ярких образцов для самоидентификации, чем «реальный» мир. Необходимо также учитывать, что дигитальное тело в виртуальной вселенной находится в непосредственном контакте с ге-

⁶ Гутман И.Е. Компьютерные виртуальные игры: культурно-антропологические аспекты анализа. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. Кафедра культурологии факультета философии СПбГУ. СПб, 2009.

⁷ Каманкина М.В. Видеоигры: общая проблематика, страницы истории, опыт интерпретации / Каманкина М.В. М.: ГИИ. Мю, 2016. 340 с.

⁸ Кропачева М.А., Литвинова Е.С. Геймеры как субкультурный феномен // Социо- и психолингвистические исследования. Вып. №3, 2015. С.104 -108.



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

роем/образом, а потому испытывает крайне сильное воздействие. По этой причине социальная интеракция и специфика воздействия «виртуального героя» должны находиться в фокусе самого пристального внимания культурологической науки.

Проблема взаимовлияния реального и виртуального

О вреде компьютерных игр и игровой зависимости говорят много, но сама по себе проблема несколько преувеличена. Как известно, зависимость вырабатывается от чего угодно и определяется, прежде всего, психофизиологическими особенностями личности. И, тем не менее, время от времени действительно имеют место и случаи смерти от сердечных приступов, инсультов, переутомления или, даже, случаи убийств или суицида, ставших результатом – напрямую и косвенно – чрезмерной увлечённости той или иной игрой. Кратко остановимся на двух примерах, весьма ярко демонстрирующих роль и значение виртуального героя для пользователей.

Первый громкий суицид случился еще в 2004 году, когда 13-летний подросток, увлеченный игрой World of Warcraft, провел в игре подряд 36 часов, после чего покончил с собой, оставив предсмертную записку, в которой написал, что «уходит к героям Азерота», которым буквально поклонялся. Это трагичный, но, вместе с тем, весьма примечательный случай, поскольку дает нам новую интерпретацию романтической традиции первой четверти XIX века, когда суицид героя романа приводит к волне суицидов юных читателей («Страдания юного Вертера» Иоганна Вольфганга Гёте). Собственно, правильно в данном случае гово-

рить не только о читателях, но и о создателях романтических произведений: самоубийство как путь воссоединения с героем или утраченной любовью – один из самых распространённых мотивов не только эпохи Романтизма, но и всего XIX столетия.

Второй пример колоссального влияния виртуального мира на сознание пользователя не столь печален и куда более современен – он относится к текущему 2018 году – и имеет отношение скорее к психологии масс. 14 августа 2018 года вышло очередное дополнение вышеупомянутой культовой MMORPG World of Warcraft. Дополнение называется «Битва за Азерот», с героями которого так стремился воссоединиться несчастный подросток из предыдущего примера. Количество пользователей этой игры в разное время колебалось от 5 до 15 миллионов⁹. Для любой MMORPG это весьма достойная цифра. Мы еще вернемся к специфике погружения в мир виртуальной многопользовательской игры, а сейчас отметим, что для всех этих людей – фактически обитателей Азерота и прочих земель World of Warcraft – события этой вселенной подчас куда значимее того, что происходит в мире, который мы привычно называем «реальным». В ходе предпродажных маркетинговых акций приблизительно за месяц до выхода этого дополнения, создатели игры среди прочих рекламных акций разместили на сайте синематик ролик, раскрывающий одну из центральных сюжетных веток геймплея. В нем одна из враждующих фракций (Орда) сжигает великое

⁹ Хотелось бы отметить, что это вовсе не самые высокие показатели. Так Second life имела более 20 миллионов пользователей, а Warframe – около 40 миллионов.



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

древо Тельдрассил, на ветвях которого располагался город – столица игровой расы ночных эльфов. Отметим также, что это одна из самых красивых и старых локаций данного игрового мира. Даже весьма поверхностный анализ форумов и групп в социальных сетях с целью выявления особенностей эмоциональной реакции пользователя на игровое событие, показал невероятную глубину переживания и эмпатии. По степени эмоционального отклика и количества вовлеченных в обсуждение события геймеров, сожжение Тельдрассила не просто могло бы поспорить с аналогичными реакциями на события международной политики последних лет, но в значительной степени опередило бы их.

Все эмоциональные реакции можно разделить на четыре основные группы: открытая ненависть к представителям Орды, выражавшаяся в призывах к мести и прямым оскорблениям; покаяние – ряд пользователей, игравших на стороне Орды, приносил извинения пострадавшей стороне; глубокая скорбь из-за утраченной локации и злорадство наиболее агрессивно настроенной части геймеров со стороны все той же Орды. В центре же всех обсуждений оказались именно герои – виновники «трагедии» и будущие потенциальные мстители.

Можно отметить, что обсуждение мотивов поступков героев проходило с тем же накалом эмоций, как могло бы проходить обсуждение мотивации реальных людей. В центре скандала оказалась одна из самых популярных героинь этого мира – Сильвана Ветрокрылая – и сотни тысяч пользователей из самых разных стран неделями обсуждали ее по-

ведение, как поведение их реально существующего современника.

Пространство игровых миров, как и пространство игровой индустрии в целом все чаще оказывается в эпицентре серьезных конфликтов, со всей очевидностью демонстрирующих глубочайшую степень вовлеченности всех действующих лиц, а также степень значимости для современной культуры данного сегмента творческих индустрий.

С учетом влияния героев виртуальных миров на пользователя, эту сферу никак не могли обойти вниманием разного рода миноритарные движения, которые, так или иначе, борются за гендерное равенство – одной из наиболее доходных на сегодняшний день направлений научной и социально-политической жизни. На волне этой борьбы обретает известность некая Анита Саркисян, при всей ненаучности ее подхода к анализу игр собравшая сотни тысяч долларов на свои «исследования» и видеоблог – <https://feministfrequency.com/>. По сути, подобная история могла произойти лишь в постинформационном мире, когда для карьерного взлета не требуется научного бэкграунда, да и просто понимания проблемы, исследованием которой занимаешься. Чрезмерная активность Саркисян на ниве борьбы с объективацией женщин в компьютерных играх привела к тому, что она была втянута в громкий скандал 2014 года, вошедший в историю индустрии под названием Геймергейт (#GamerGate). Саркисян подверглась травле со стороны консервативно настроенных геймеров и даже вынуждена была покинуть свой дом из-за угроз физической расправы. Благодаря своей позиции и активной общественной деятельности



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

позже она получает возможность выступить в ООН с громкими заявлениями об ущемлении прав женщин в игровой индустрии. Сама история геймергейта требует отдельного анализа, поскольку выходит в политическую плоскость и, к сожалению, слишком часто подаётся не с научных позиций, а через призму противостояния консерваторов и либералов.

Анита Саркисян выпускает серию видеороликов. В частности, ряд видеороликов объединен под названием «Барышня в беде: тропы в видеоиграх против женщин». Анализируя образы женских героинь в видеоиндустрии, она дает небольшой исторический экскурс, в котором совершает ряд недопустимых ошибок и предлагает удивительно устаревшие трактовки сюжетов. Тем не менее, она справедливо указывала на крайнюю степень пассивности женских героинь, а также их чрезмерную сексуальность.

Женщина – это объект, вечно страдающая сторона, которая достается герою-мужчине как приз. Анита Саркисян указывает на некую исторически сложившуюся традицию, но, к сожалению, в своих обзорах выбрасывает колоссальные исторические и художественные пласты, игнорируя сюжеты, где женщины выступали активно действующими субъектами и именно на них строилась вся история (саги эпохи раннего средневековья стран Северной Европы тому яркий пример). Это игнорирование касается не только исторических художественных сюжетов, но и массовой культуры. Однако внимание к проблеме она все же привлекла: Анита Саркисян была права, указывая на неестественно гипертрофированные женские формы героинь и на очевидный сексизм видеоигр. Тема сексизма в играх

крайне актуализировалась из-за изменившейся демографии самих геймеров: с 2000 года резко возрастает количество женщин-геймеров, которые, разумеется, хотят видеть в игровом пространстве несколько другие персонажи.

Борьба за гендерное равенство в видеоиграх принесла свои плоды. Прежде всего, это становится заметно в образах героинь игр. Чаще других приводят пример серии игр Tomb Raider и их знаменитую героиню Лару Крофт, которая практически двадцать лет своего существования из игры в игру отличалась очевидной чрезмерностью форм и откровенностью костюма, эти формы подчёркивавшего. В очередной игре (2013) мы видим уже куда более реалистичный женский образ. Изменилось и количественное соотношение мужских и женских персонажей в сторону явного увеличения последних, а также появились альтернативные гендерные поведенческие стратегии. Таким образом, современные игры, с одной стороны, стали больше отвечать изменившейся в индустрии демографической ситуации. С другой же, – проводить идею толерантности и борьбы с сексизмом через поведенческие модели и образы героев.

Социокультурная интеракция в пространстве MMORPG

Многие современные исследователи проводят анализ специфики социальной интеракции в MMORPG и влияния многопользовательских игр на реципиента через непосредственное погружение, участие в процессе. Таковы, например, работы Вивьен Чен, Генри Дача¹⁰ и вышеупомянутой М. В. Каманкиной.

¹⁰ Vivian Hsueh Hua Chen, Henry Been Lirn Duh. Socializing in an Online Gaming Community: Social In-



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

В этих работах подробно представлены принципы создания тех или иных групп в игре, специфика социальных интеракций в рамках этих групп, механизмы влияния социального взаимодействия на успешность пользователей и их прогресс в игре. Иными словами, в них дается серьезная эмпирическая база. Чаще всего в фокусе внимания подобных исследований оказывается одна из самых известных и старейших на сегодняшний день игр – это World of Warcraft.

Многопользовательские онлайн игры – это, как правило, игры ролевые, а потому в данном контексте на первый план выходит не только проблема социального взаимодействия, но и социальной репрезентации и самоидентификации. Игра предлагает игроку определить пол, расу, класс, сконструировать внешность аватара, а в дальнейшем поощряет его за счет сюжетных цепочек испробовать разные роли. В некоторых играх (the Elder Scrolls on-line) есть определенные ограничения – не более восьми персонажей. В других – без ограничений. Фактически мы говорим о возможности формирования модели поведения пользователя за счет ненавязчивого формирования поведенческой стратегии его дигитального тела в виртуальной вселенной.

Многие исследователи отмечают, что игроки-мужчины нередко предпочитают создавать женские аватары. Опираясь на полученные данные, можно констатировать, что мужчина, играющий за женского персонажа, мотивирован вполне «земными» причинами: его персонаж порой начинают «опекать» более

сильные и продвинутые «герои», снабжая его «героиню» полезными элементами гардероба, оружием, заклинаниями и пр. Иными словами, как бы не пропагандировалась идея гендерного равенства, вполне «земной» сексизм в он-лайн играх продолжает иметь место и срабатывают те же механизмы взаимодействия, что и в реальном мире, с которыми десятилетия борется феминистское движение. Однако, с учетом активного внедрения в игровую индустрию идеи вариативности гендерных стратегий, ситуация в ближайшее время может кардинально измениться.

В рамках MMORPG пользователь получает возможность совершенно иначе идентифицировать себя и прожить альтернативную жизнь благодаря цифровой свободе дигитального тела. Процесс социализации облегчается тем, что внутренняя иерархия и структура берет за основу примеры, вполне привычные и известные из современности или истории. Именно этот факт позволяет нам говорить о симуляции реальности. В хорошей MMORPG пользователь найдет самые разнообразные организации, – гильдии, фракции, профессиональные объединения – позволяющие реализовать свой творческий потенциал, опробовать умения и навыки, которые по тем или иным причинам невозможно использовать в «реальной» жизни.

Социальная коммуникация в MMORPG выстраивается по-разному. Во-первых, пользователь может формировать эти отношения сознательно и на добровольной основе, опираясь лишь на свои предпочтения и руководствуясь только своими желаниями. Он точно знает, в какую гильдию хочет вступить, кому можно доверять и кого иметь в друзьях. Иной тип

teraction in World of Warcraft // Virtual Community Practices and Social Interactive Media: Technology Lifecycle and Workflow Analysis. April, 2009. 528 p.



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

коммуникации, который можно условно обозначить как «неочевидный» происходит спонтанно и имеет, как правило, кратковременный характер. Это может быть некое совместное действие. Например, покупка, продажа, участие в событии, в походе в ту или иную локацию, когда подходящая группа выбирается самой программой, а пользователь лишь фиксирует свое желание принять в этом участие. Но только первый вариант установления отношений имеет шанс выйти за пределы игры, переместиться в специализированные форумы, чаты, а то и в «реальную» жизнь.

Казалось бы, социальная коммуникация MMORPG завершается в момент выхода из игры, но и здесь не все так просто. Во-первых, в ряде игр дигитальное тело продолжает жить и после того, как от него отключается тело физическое – оно может быть «убито», а может и само набирать опыт. Во-вторых, пользователь имеет возможность оставаться в рамках любимого социокультурного пространства и за пределами цифровой реальности благодаря специальным каналам в YouTube или программам-приложениям типа Twitch, рассчитанным как раз на субкультуру геймеров. Кроме того, популярная культура дала нам феномен косплея, где геймер может появиться в столь любимом ему костюме или встретиться с другими геймерами, звездами игр, сценаристами и режиссерами. Погружение в атмосферу любимой игры обеспечивают и арт-буки, художественная литература по мотивам игр, субкультура фанфиков, настольные карточные игры по сценариям игр компьютерных и т. д. Иными словами, маркетинговая стратегия игровой индустрии построена сегодня таким образом,

чтобы геймер имел возможность вовсе не выходить из любимого мира.

В MMORPG мы сталкиваемся с уникальным сочетанием нескольких видов коммуникации – вербальной (микрофон), письменной (чаты) и визуальной, которая фактически заменяет невербальную (позы, жесты) коммуникацию реальной жизни.

Прежде всего, визуальная коммуникация – это не только передача информации посредством образов в самом широком смысле этого слова, но и получение информации за счет исключительно визуального канала восприятия (зрение). Визуальная коммуникация для MMORPG – вне всяких сомнений, является ведущей для пользователя. Мы говорим об общении посредством образов: сконструированный аватар уже сам по себе является информационным фреймом для другого пользователя. Визуальная информация обрабатывается мозгом человека в 60 000 раз быстрее, чем простой текст — очевидно, что визуальное общение в разы превосходит вербальное по эффективности¹¹. Таким образом, формируется определенная привычка получения информации. Поскольку визуальный канал восприятия уже стал основным, можно прогнозировать, что число визуалов будет стре-

¹¹ Сила визуальной коммуникации. [Электронный ресурс] // LPGENERATOR. Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2014/05/14/sila-vizualnoj-kommunikacii/>. Дата обращения 15.09.18.



Андрей Юрьевич ЧУКУРОВ / Andrey CHUKUROV

| Феномен Героя в контексте виртуальной реальности: к вопросу о взаимовлиянии и социальной интеракции в MMORPG / The Hero's Phenomenon in the Virtual Reality Context: the Interrelation and Social Interaction in the MMORPG |

нительно возрастать, вытесняя другие группы на периферию.

Выводы

На сегодняшний день мы говорим о десятках миллионов человек, которые проводят многие часы, будучи погруженными в виртуальные вселенные MMORPG. Эти вселенные оказываются куда более привлекательными с одной стороны, а с другой – воздействуют на мозг и физическое тело посредством тех же механизмов, что и событийный ряд реальной жизни: яркое событие в виртуальном мире точно так же приводит к выбросу в кровь серотонина, адреналина и норадреналина. Иными словами, мы получаем ту же химическую реакцию, а значит и эмоциональный фон. Кроме того, современный человек погружается в виртуальный мир очень рано, при этом, никаких гендерных различий в этом погружении, как

мы показали, нет. Фактически, многие проходят процессы социализации и самоидентификации, находясь именно в виртуальном мире, а значит, ориентируясь в этих процессах на виртуальные же сообщества и характеры. Именно по этой причине степень и особенности влияния тех или иных художественных образов – героев виртуальных вселенных – требует более детального изучения. Кроме того, герой виртуальной вселенной подчас оказывается куда более реальным, чем герои романов или кинофильмов недавнего прошлого, когда между художественным текстом и реципиентом сохранялась дистанция. В ситуации «проживания» MMORPG мы говорим о непосредственном контакте героя той, другой вселенной и нашего дигитального тела, а значит, как механизмы этого взаимодействия, так и их последствия будут иметь принципиальное значение.

