

НЕВИДИМОЕ НАСИЛИЕ:
ТИРАНИЯ БЕСКОНЕЧНОСТИ
И НАСЛАЖДЕНИЕ В ИНКРЕМЕНТАЛЬНЫХ
ИГРАХ (НА ПРИМЕРЕ СЕТЕВОЙ ИГРЫ
«ЁЛОЧКА», STARK GAME)

Виктория Константюк

INVISIBLE VIOLENCE: TYRANNY OF INFINITY AND ENJOYMENT
IN INCREMENTAL GAMES (ON THE EXAMPLE OF THE ONLINE GAME
«CHRISTMAS TREE», STARK GAME)

© Viktoriya Kanstantsiuk

Lecturer at the Department of Social Sciences, European Humanities
University, Vilnius
Savičiaus Str. 17, 01127 Vilnius, Lithuania

ORCID ID: 0000-0002-3932-2475

E-mail: victoria.konstantuk@ehu.lt

Abstract: In this article, we would like to look at video games from the point of view of a critical theory that incorporates some psychoanalytic ideas in the understanding of a subject and develops them further in the understanding of cultural forms. Since the general field of synthesis of critical theory and psychoanalysis lies precisely in the analysis of the formation of subjectivity in the interweaving of social, cultural, economic mechanisms, we will therefore turn to those authors who work in this direction. The article will examine the ideas of Žižek S., Dean J., McGowan T., Stiegler B., Andrejevic M., Bone A. These authors are actively involved a number of psychoanalytic concepts (lack, desire, pleasure, enjoyment) for understanding late capitalist society, literary theory, film, video games. However, in the beginning we will turn to understanding the game and its role in the life of people and their psyche from the point of view of the psychoanalysis of S. Freud and J. Lacan.

Using the language of psychoanalysis and critical theory, the article will examine and analyze the network incremental video game “New Year Tree”, created by the Belarusian brand Stark-studio (<http://starkstudio.by>), which was first published in 2010 and, at first glance, has nothing to do with violence. In this context, we would like to consider the mechanisms of infinity and drive on the example of this incremental game.



Keywords: video games, incremental games, Critical Theory, invisible violence, tyranny of infinity and enjoyment.

Видеоигры (компьютерные, мобильные, консольные) — один из наиболее характерных феноменов цифровой культуры. Они настолько органично вошли в нашу жизнь, что мы даже не обращаем внимания на то, что играют сегодня все. Игровая индустрия растет с каждым годом, выходят новые игры, новые платформы для них, в этой сфере работают миллионы людей. Культурный смысл видеоигр выходит далеко за пределы игр самих по себе. Игры являются той поверхностью, сценой, на которой разыгрываются и становятся видимыми желания пользователей, порождаемые как современными технологиями, так и системой позднего капитализма. К примеру, многопользовательские онлайн-игры стали не просто новым способом развлечения, но и системой широкого социального взаимодействия.

В рамках данной статьи мне хотелось бы посмотреть на видеоигры с точки зрения не только психоанализа, но и критической теории, которая инкорпорировала некоторые психоаналитические идеи в понимание человека, субъекта, общества и развивает их далее в понимании различных культурных и медийных форм. Речь идет об идеях Славоя Жижека, Джоди Дин, Алфи Боун, Тодд Макгоуэна, Бернара Стиглера, Марка Андриевича и др. Эти авторы стали активно задействовать психоаналитические понятия и идеи для осмысления общества позднего капитализма, постмодернизма, литературной теории, кинематографа, видеоигр и их перспектив. Они включили в свой язык ряд психоаналитических понятий, таких как, нехватка, влечение, удовольствие, наслаждение и др. В то же время, если С. Жижек больше применяли синтез психоанализа, марксизма и других теорий к анализу литературных и кинематографических форм, Дж. Дин, Б. Стиглер, М. Андриевич, Т. Макгоуэн — к анализу новых/цифровых медиа, блогов, социальных сетей, то А. Боун — уже непосредственно к компьютерным играм.

Психоанализ игры: превращение травмы в удовольствие

Однако, обратимся для начала к пониманию игры и ее роли в жизни человека, его психики с точки зрения психоанализа З. Фрейда. Игра в контексте психоанализа — это важная часть работы психического аппарата, в том числе и в опыте ребенка, которая связана с символизацией. Игра у З. Фрейда предстает в качестве способа справиться с утратой, нехваткой, в качестве способа получения удовольствия.

В качестве примера мы рассмотрим описанную З. Фрейдом в работе «По ту сторону принципа удовольствия» игру его внука Эрнста в возрасте 18 месяцев Fort-Da (прочь — тут), представляющую собой структуру всего из двух слов. Этот случай был интересен психоаналитику, так как в то время Фрейд занимался проблемой навязчивого повторения, принуждения к повторению при травматическом неврозе.

У Эрнста не было особых симптомов, он был довольно спокоен и никогда не плакал, когда мать оставляла его на несколько часов, хотя и был к ней сильно привязан. Но у него возникла привычка брать любые мелкие предметы, которые он мог достать, и забрасывать их в угол под кровать. Когда он это делал, он громко протяжно произносил — «о-о-о-о», которое выражало интерес и удовлетворение. Его мать считала, что это не просто междометие, а немецкое слово «форт». З. Фрейд интерпретировал такое поведение как способ получить удовлетворение, заставляя вещи «уйти».

Через некоторое время Эрнст (30 месяцев) стал играть с катушкой, на которой был привязан кусок веревки: он отбрасывал катушку от себя туда, где ее больше не было видно, потом вытаскивал обратно и приветствовал ее появление радостным Da! («Вот!»). Фрейд также заметил, что мальчик произносил звук «о-о-о-о» по отношению к самому себе, когда он, приседая перед зеркалом, заставлял свое изображение исчезать. Психоаналитик пришел к выводу, что ребенок всеми игрушками играл в «ушли». Эта игра появилась на месте отсутствия взрослого как попытка ребенка справиться с отсутствием, нехваткой с помощью простейшей символизации, дискурса из двух элементов.

Это наблюдение привело Фрейда к фундаментальному вопросу: сталкиваемся ли мы здесь с методом овладения болезненным опытом, активно воспроизводя его, как это часто делают дети, например, играя в пугающие игры? «Часто можно видеть, что дети повторяют в игре все то, что в жизни производит на них большое впечатление, что они могут при этом отрегулировать силу впечатления и, так сказать, сделаться господами положения» (Фрейд). В игре ребенок повторяет даже неприятные переживания, так как благодаря активности он овладевает сильным впечатлением лучше, чем это происходит при пассивном переживании. Таким образом, игра с точки зрения психоанализа З. Фрейда — это важная часть опыта ребенка, которая связана с символизацией, это способ справиться с отсутствием, с нехваткой.

Для психоаналитика Жака Лакана игра тоже связана с повторением, с присоединением ребенка к символическому порядку, а также с отчуждением и нехваткой. «Но это не повторение потребности в возвращении матери, ...а повторение ухода матери как причины постигнутого субъекта расщепления, *Spaltung*, — расщепления, с которым справляется ребенок игрой в перемежающиеся

fort-da, там и здесь, чередование которых нацелено лишь на то, чтобы для этого там быть здесь, а для этого здесь быть там» (Лакан, 2004, с. 70). Игра опосредует отношения между человеком и Другим. Чтобы заставить что-то появиться и исчезнуть, нужно заменить это знаками, символами. «На самом деле, в двух феноменах этих находит воплощение не что иное, как механизм отчуждения...» (Лакан, 2004, с. 255). Согласно Лакану, человеческая субъективность изначально расколота, содержит в себе нехватку, которая никогда не может быть полностью преодолена. Кроме того, человеческая субъективность как реальна, так и виртуальна.

Боб Рехак один из первых представил концепцию чтения видеоигр с лакановской перспективы в статье «Игра в бытие: психоанализ и аватар» (Рехак, 2003). В своей работе кроме Лакана он также опирается на психоаналитическую теорию кино 1970-х годов К. Метца. В статье отмечается важность повторения/циклов как в играх, так и в психоанализе. Алфи Боун полагает, что видеоигры сегодня в центре общественной жизни, а психоанализ — это важный инструмент для понимания видеоигр, в то время как видеоигры — это один из способов понимания современного общества (Bown, 2015).

С одной стороны, это устройства, которыми управляют люди, с другой стороны, важно понять то, каким образом люди сами являются устройствами, управляемыми играми. «Говоря, что игры — это устройства, которые управляют нами, я имею в виду, что новые технологии, которые появились в последние несколько лет и имеют свои корни в видеоиграх, такие как AI, VR и AR, заставляют нас чувствовать и думать по-новому». Игры учат понять политику нашего наслаждения. Потенциал их в том, чтобы сделать такие виды удовольствия видимыми, помочь нам понять их и себя (Bown). Видеоигры меняют то, как мы думаем, относимся к другим, испытываем эмоции. Игры меняют все: от удовольствия до отдыха, от дружбы до любви.

(От) влечения к (во)влечению: геймификация нехватки

Видеоигры как социальные и индивидуальные явления, безусловно, важно рассматривать в более широком контексте: в контексте логики современных культурных форм, коммодификации желания и влечения, как сложные социальные построения, которые в то же время переживаются на личном и эмоциональном уровне. А так как общее поле синтеза критической теории и психоанализа как раз и заключается в анализе формирования субъективности в переплетении социальных, культурных, экономических механизмов, поэтому имеет смысл обратиться к тем авторам, которые работают в данном направлении.

Сегодняшнее общество — это постоянное подталкивание к безграничному наслаждению. Это связано прежде всего с тем, как полагает ряд социально-критических теоретиков (С. Жижек, Дж. Дин, Т. Макгоуэн, Б. Стиглер, А. Боун), что современный капитализм основан на *нехватке* и логике *влечения*, а значит, на создании и поддержании неполного удовлетворения.

Влечение в психоаналитическом смысле — это не бесконечная жажда какой-то вещи (так называемого частичного объекта), а фиксация на самой утрате. По мнению С. Жижека, при переходе от желания к влечению происходит переход от утраченного объекта к утрате как объекту, то есть логика влечения заключается в том, что оно стремится к осуществлению самой утраты. С. Жижек обращает внимание также на то, что для новых/цифровых медиа характерен парадокс бесконечности, избыточности. Присутствие Другого/другого в контексте новых медиа как нехватки теряется, и эта нехватка в Другом/другом оказывается даже переполненной (Константюк, 2017).

Французский философ, антрополог Бернар Стиглер также полагает, что современный капитализм — это либидинальная экономика, которая уничтожает желание и основана на логике влечения (Стиглер, 2012, с. 29). Тодд Макгоуэн, последователь лакановских идей в контексте медиа, политической и социальной теории, придерживается аналогичной точки зрения, что капитализм связан с поддержанием неполного удовлетворения, имитирует структуру желания субъекта (Mcgowan). Марк Андриевич полагает, что интерактивные и коммуникационные возможности новых цифровых технологий успешно адаптируются к задачам капиталистического рынка (Andrejevic, 2009).

По мнению Дж. Дин, расширение и интенсификация коммуникации, а также развлекательные сети дают не демократию, а что-то совершенно другое — *коммуникативный капитализм*, который как раз таки процветает из-за «повторяющейся интенсивности влечения» (Dean, *The Real Internet*, 2010). Коммуникативный капитализм подразумевает сближение демократии и капитализма в контексте сетевых коммуникаций и развлекательных медиа. И если индустриальный капитализм основывался на эксплуатации труда, то коммуникативный капитализм — на эксплуатации коммуникации. Современные сетевые/цифровые медиа, согласно Дж. Дин, захватывают пользователей в сетях наслаждения, производства и наблюдения. В своей книге «Теория блогов: обратная связь и захват желания» (2010) Дж. Дин, анализируя социальные сети, блоги, блогосферу, вводит новый термин «блогопелаг» (*blogipelago*) — первая часть термина подразумевает создание видимости сообщества, тогда как вторая указывает на фактическое разделение между пользователями (Dean, *Blog Theory*, 2010). Капитализму выгодна социальная атомизация и стимуляция

индивидуального удовольствия. Цифровые медиа притягивают либидо человека обещанием избыточного удовольствия. Компьютерные, мобильные игры также эффективно заполняют нехватку, испытываемую субъектом. Рассмотрение компьютерных игр как виртуальных миров, выражающих структуру желаний, позволяет понять «реальный мир» и структуры власти, которые поддерживают общество потребления (Matthews, 2011).

Игры, с одной стороны, противоположны труду и связаны со сферой развлечений. Однако отвлечения и труд — две стороны одной и той же медали. Удовольствие от регулярного отвлечения является важной частью и нашего отношения к труду. «В развитом капитализме забава становится продолжением труда, а ищут ее, чтобы временно забыть о работе и вновь обрести силы и форму к моменту следующего столкновения с ней» (Bown). Видеоигры — это отвлечения, которые ограждают от фрагментарного, отчужденного отношения с реальностью, согласно Алфи Боун. С другой стороны, свободное время, досуг, отвлечения также стали производственным плацдармом, объектом культурных индустрий и новых медиа (Andrejevic, 2011), тесно связаны с коммерческой эксплуатацией социальных отношений и коммуникации (с геймификацией и эксплуатацией нехватки).

Таким образом, цифровые медиа, в том числе социальные сети и видеоигры, оказываются вовлеченными в противоречивые процессы современного общества: с одной стороны, они содействуют созданию и свободному обмену информацией (интерактивность, соучастие, просьюмерство), с другой — тесно связаны с коммерческой эксплуатацией социальных отношений и коммуникации. Опираясь на идеи лакановского психоанализа, выше рассмотренные авторы позволяют понять то, как цифровые технологии направляют сознание человека, а также структуру отношений со всеми технологическими развлечениями, когда они стали повсеместными.

Механизмы бесконечности и удовольствие в сетевой инкрементальной игре «Ёлочка»

Приложения для мобильных телефонов, социальные сети и видеоигры играют важную роль в формировании активности в современных потребительских обществах и помогают удовлетворить самые разнообразные желания. Но в какой степени сами желания создаются или усиливаются технологией?

Если углубиться в то, что именно занимает время людей в интернете, то это, прежде всего, социальные сети, мессенджеры, YouTube. Социальные сети активно запускают и поддерживают игры, в которые играют зарегистрированные пользователи.

В данном разделе хотелось бы рассмотреть видеоигру «Ёлочка» (Рис. 1, 2), созданную белорусским брендом Stark-studio (<http://starkstudio.by>), которая впервые вышла в свет в 2010 году и, на первый взгляд, никак не связана с насилием, изучить механизмы бесконечности и влечения в ней. Это многопользовательская игра в жанре экономической стратегии, которая построена на логике накопления. Игра распространяется по модели free-to-play (условно-бесплатных игр) через социальные сети VK, «Одноклассники», «Мой Мир», Facebook и имеет большую популярность среди пользователей этих сетей на постсоветском пространстве. Предполагается, что в скором времени игра может появиться и на платформе Яндекс.Игры. В нее можно играть как на компьютере, так и на смартфоне. Проект ежегодно перезапускается, то есть видоизменяется дизайн полей, объекты, персонажи, механики. Очередная версия «Ёлочки» выходит обычно в ноябре-декабре.



Рис. 1, 2. Источник: скрин экрана игры в VK

Игра «Ёлочка» — это сложно-структурированный программно-технический комплекс, который выдерживает большие нагрузки в десятки миллионов пользователей. К концу 2014 года количество игроков превысило 40 миллионов. Видеоигра ежегодно занимает топовые позиции в социальных сетях VK и «Одноклассники» как одна из самых популярных и прибыльных игр. Это казуальная игра (Juul, 2010), то есть предназначенная для широкого круга пользователей, имеющая привлекательную графику, простые правила и понятные механики, позволяющие любому человеку легко «войти» в игру и разобраться в ее правилах. Игроки — пользователи мужского и женского пола (с преобладанием женщин), в возрасте от 12 до 64 лет, различного социального статуса, уровня образования и вероисповедания (Миронов, Бутька, Гловацкий, Вальчевская, 2017, с. 375).

Кроме того, игра тесно связана с праздничной культурой, в частности с одним из основных праздников — Новым годом, и привлекает русскоязычную аудиторию сети в преддверии этого события. Многие игроки в отзывах отмечают, что скачивают и играют в нее каждый год для того, чтобы ощутить приближение и атмосферу новогоднего праздника. И если раньше люди встречали Новый год преимущественно перед телевизором, то сегодня — открывая подарки и обмениваясь поздравлениями в «Ёлочке». Кроме того, и к другим праздникам, актуальным на постсоветском пространстве, будь то День святого Валентина, 8 Марта, Пасха, 1 Мая и другие, в игре также приурочены различные подарки, сюрпризы, акции, события, поздравления. В последние два года стали появляться поляны, связанные с культурами других стран — китайская, египетская, мексиканская, скандинавская.



Рис. 3. Источник: скрин из группы игры в VK

В целом праздники и медиа тесно связаны в культуре. «Традиционно важнейшей функцией праздника и праздничной культуры в целом является идентификационная функция — как возможность осознать и пережить свою принадлежность к той или иной культурной целостности посредством манифестации общих с ней ценностей, символов, моделей поведения и т.д. В ритуальных праздничных действиях возникает эмоциональная связь, обеспечивающая их участникам чувство укорененности и принадлежности, столь необходимое человеку переживание». (Малыгина, Артюшкина, 2016, с. 33). Можно сказать, что игра «Ёлочка» уже на протяжении 10 лет реализует эту идентификационную функцию, а также создает и поддерживает новые праздничные ритуалы, традиции. Если праздники и праздничные мероприятия под влиянием традиционных медиа (кино, телевидение, например) превращаются скорее из действия в зрелище, то в видеоиграх — наоборот. Игрок не просто зритель, наблюдатель, но и активный соучастник. То есть «Ёлочка» на протяжении всего года и всех сезонов обеспечивает медийное опосредование праздников. Имитируя реальный мир, она способствует выработке, сохранению и популяризации культурных и праздничных традиций.

Суть игры «Ёлочка» заключается в собирании волшебных палочек, в выполнении заданий, улучшении персонажей (Дед Мороз, Снегурочка, питомец), объектов (терем Деда Мороза, домик питомца, фабрика игрушек и др.), сезонных полянок (зимняя, весенняя, летняя, осенняя, но могут быть и межсезонные поляны, союзные поляны), в прохождении уровней. Каждая поляна содержит свои игровые механики и уникальные объекты. Каждый объект или персонаж приносят прибыль в виде различных ресурсов — волшебных палочек, рубинов, ключей, снежинок, монет. Палочки производятся, выпадают из подарков, сундуков друзей, колес фортуны и др. В игре можно осуществлять бесконечные улучшения. Здесь моменты «стандартного дохода» чередуются с моментами удачи (например, используется колесо фортуны и др.). В такие периоды игра доставляет особое удовольствие, так как игрок быстро продвигается по уровням. И даже при 100% улучшении поляны можно продолжать улучшать некоторые объекты (питомца, например), собирать повторно игрушки поляны еще приблизительно в течение года после выхода новой версии. То есть игроки параллельно могут играть в две «Ёлочки», новую и старую.

«Ёлочка» относится к категории так называемых инкрементальных игр, либо их еще называют айidler (idle game), либо кликеры — ленивые игры, которые играют сами по себе. Их игровой процесс связан с выполнением достаточно простых действий, таких как многократное нажатие на мышку либо экран смартфона, а также с тем, что некоторые ресурсы иногда нужно просто ждать определенное количество времени. Главным элементом подобных

игр является постоянный рост чисел, уровней, ресурсов, что, по мнению ряда исследователей, и доставляет особое удовольствие игрокам, несмотря на монотонность и повторяемость геймплея. Именно основной цикл, состоящий из накопления ресурсов, их постоянных трат и ускорения дохода, определяет жанр и выделяет его среди игр (Кинг). Основным способом монетизации для «Ёлочки» — это внутриигровые покупки, которые доступны, прежде всего, для российских пользователей социальных сетей.

Одной из самых успешных инкрементальных игр является FarmVille (2009) — симулятор фермы с менеджментом ресурсов. Игрок покупает землю, на которой высаживает свой будущий урожай, разводит скот, потом все это собирает, продает, чтобы получить деньги и купить еще больше земли, и так до бесконечности. Желание высмеять подобный бесконечный гринд вылилось в создание таких игр, как Progress Quest (2002), Cow Clicker (2010). Однако попытки продемонстрировать, насколько такие игры пусты и бессмысленны, показали, что все не так просто и такие игры все равно являются достаточно популярными. Некоторые инкрементальные игры позволяют игрокам играть бесконечно (Cookie Clicker, 2013), в других можно достигнуть конца игры (Candy Box, 2013). Натан Грейсон объясняет популярность инкрементальных игр тем, что они отвлекают человека от ежедневных забот и легко вписываются в повседневную жизнь (Grayson). Но они не просто легко вписываются, но и особым образом структурируют жизнь человека и его время, побуждают к бесконечному игровому процессу и удовольствию от него.

Игры в социальных сетях активно используют инкрементальные механики, чтобы игроки играли как можно дольше, в идеале — весь год, а потом и следующий, то есть бесконечно. В рассматриваемой нами игре «Ёлочка» также работают инкрементальные механизмы, которые буквально подталкивают к бесконечному удовольствию, заставляя игрока регулярно заходить в игру:

1. Награда за ежедневные посещения игры в течение 100, 150 дней и т.д. Если же игрок пропустит хотя бы один день, то возможность получения награды за подобное достижение сдвигается.

2. Одни задания обновляются через полчаса, другие — через 4 часа, третьи — через сутки. То есть сама игра дает понять, что регулярное возвращение — это выгодно, так как таким образом игрок получает больше ресурсов для последующих улучшений.

В «Ёлочке 2020» (по сравнению с «Ёлочкой 2019» и более ранними версиями) у игрока появляется больше свободы с планированием времени, так как есть возможность самому выбрать, как часто заходить в игру. Например, можно выбрать помощника, который приносит палочки — через 1 день, через 8 часов или через 4 часа. И чем меньшее количество часов выбирает игрок, тем больше его доход. Таким образом, игра определенным образом

структурирует не только игровое время, но и в целом день игрока. В то же время она позволяет в любой момент прерваться и в любой момент продолжить игровой процесс. Здесь мы видим, как игровое время и время, проведенное человеком на работе либо на досуге, тесно взаимосвязаны, что, впрочем, и является спецификой современной культуры в целом. Игра может заполнять промежутки между работой, а также время, которое игрок тратит на отдых, на дорогу/транзит и т. д.

3. «Игры в игре», или это можно назвать феномен «Ёлочки-матрёшки». Регулярно внутри самой «Ёлочки» появляются дополнительные игры, созданные также с использованием инкрементальных механик. Например, в 2019 году это была ферма Мамма Mia!, в 2020–2021 году – «Цветочная лавка», в 2022 году – «Регата», «Шахта».

4. Регулярные подарки в игре.



Рис. 4. Источник: скрин из группы игры в VK

Так как игра тесно связана с социальными сетями, она заставляет/стимулирует игрока быть интерактивным, вступать в коммуникацию, в обмен с другими игроками (такая возможность есть как в самой игре, так и в Сообществе игры в VK, «Одноклассниках» и других социальных сетях), чтобы получать недостающие детали игрушек, избавляться от повторяющихся. Можно сказать, что игра буквально побуждает к социализации, стимулирует игроков добавлять себе новых друзей, общаться между собой, развивать навыки совместной работы в рамках союзов: совместно с другими игроками улучшать и декорировать союзную поляну, участвовать в командных внутриигровых акциях, обмениваться игровыми ресурсами, дарить подарки, соперничать в союзных рейтингах. Игроки также могут осуществлять взаимоконтроль активности в игре, например, в рамках Союза, в котором могут состоять до 50 игроков. Возможно удаление из Союза за время простоя. Поэтому, если

игрок не может играть какой-то период (например, уезжает в отпуск), в таком случае он может предупредить / просит главу Союза поставить его на паузу и не удалять из Союза.

Кроме того, игроки имеют возможность соучаствовать в создании игры через коммуникацию с разработчиками в официальной группе. Разработчики регулярно общаются с пользователями (через так называемые «Субботние посиделки»), прислушиваются к их мнению, учитывают пожелания и идеи игроков, оперативно сообщают об улучшениях, об устранении программных сбоев. Интерес к игре разработчики поддерживают также посредством создания отдельных конкурсов, например, при введении новых героев, накануне открытия новых полей и других событий.



Рис. 5. Источник: скрин экрана игры в VK

Однако, как и во многих других видеоиграх, игроки, чтобы избежать ежедневной игровой рутины либо финансовых вложений, могут осуществлять также своего рода насилие над игрой. Например, использовать чит-коды, чтобы иметь возможность накручивать нужные для быстрого улучшения ресурсы, не тратя на этого время и усилия.

Пространство видеоигр — это мир производства желаний, удовольствий и товаров сегодняшнего дня, проникающий через светящиеся экраны смартфонов и компьютеров. На примере компьютерных и мобильных игр можно увидеть и понять то, каким образом идеи критической теории и психоанализа могут быть применимы к пониманию видеоигр, каким образом выстраиваются и структурируются как желания игроков, так и новые формы социальной организации, каким образом происходит эксплуатация и геймификация нехватки.

Если у З. Фрейда речь шла прежде всего об инфантильной, фундаментальной нехватке в рамках психики субъекта, то в видеоигре «Ёлочка» — о нехватке, которая эксплуатируется современными формами капитализма.

В рамках данной статьи на примере сетевой видеоигры «Ёлочка» были рассмотрены инкрементальные механизмы, которые подталкивают к бесконечной игре и удовольствию от подобной бесконечности и повторения. А также то, каким образом в данной игре инкрементальность дополняется круглогодичным циклом с его праздничными традициями, как реализуется эксплуатация и геймификация нехватки в сетевых айdlерах по сравнению с однопользовательскими. И если на уровне контента «Ёлочка» выглядит совершенно безобидной и даже полезной в социальном плане (поддержание социальной целостности, способ справиться с нехваткой), то на уровне формы и механики все совсем по-другому (коммодификация желаний и времени, отчуждение).

Литература

- Andrejevic, M. (2009) *Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade*. In: *Interactions: Studies in Communication and Culture*. no 1, Vol. 1, pp. 35–51.
- Andrejevic, M. (2011). *Estrangement 2.0*. *World Picture*, 6 (Winter), pp. 1–14.
- Bown, A. (2015). *Enjoying It: Candy Crush and Capitalism*. Zero Books, 96 p.
- Dean, J. (2010) *The Real Internet*, in: *International Journal of Zizek Studies*. Vol 4, no 1. [online] Available from: <http://zizekstudies.org/index.php/IJZS/article/view/280/280>. [Accessed 27 February 2021].
- Dean, J. (2010) *Blog Theory Feedback and Capture in the Circuits of Drive*. Cambridge, UK; Malden MA: Polity Press, 140 p.
- Grayson, N. *Clicker Games Are Suddenly Everywhere On Steam*. In: Kotaku, [online] Available from: <https://kotaku.com/clicker-games-are-suddenly-everywhere-on-steam-1721131416>. [Accessed 30 September 2020].
- Juul, J. (2010) *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge MA; London, England: MIT Press, 264 p.
- Matthews, G. (2011) *Desire, Enjoyment and Lack: A Psychoanalytic Approach to Computer Games*. [online] Available from: <http://gamephilosophy.org/wp-content/uploads/confmanuscripts/pcg2011/Matthews%202011-%20Desire%20Enjoyment%20and%20Lack%20-%20A%20Psychoanalytic%20Approach%20to%20Computer%20Games.pdf> [Accessed 23 December 2020].
- Mcgowan, T. (2016) *Capitalism and desire: the psychic cost of free markets*. Columbia University Press, 304 p.
- Rehak, B. (2003) *Playing at Being: Psychoanalysis and the Avatar*. In: Wolf, M. J. P., Perron, B., ed. *The Video Game Theory Reader*. Routledge, pp. 103–128.
- Жижек, С. (2008) *Устройство разрыва. Параллаксное видение*. Москва: Издательство «Европа», 516 с.
- Кинг, А. (2015) *Что такое инкрементальные игры?* [онлайн] Доступ по: <https://gdcuffs.com/incremental-101/>. [Просмотрено 11 декабря 2020].
- Константук, В. (2017) *Дигитальное опосредование и исчезновение фундаментальной виртуальности*. *Международный журнал исследований культуры*, no. 2 (27), с. 140–146.
- Лакан, Ж. (2004) *Четыре основные понятия психоанализа (Семинары: Книга XI (1964))*. Москва: Гнозис/Логос, 304 с.

- Малыгина, И., Артюшкина, В. (2016) Идентификационный потенциал праздничной культуры. *Вестник МГУКИ*, no. 6 (74), с. 31–38.
- Манола, А. (2015) Эстетическая стадия производства/потребления и «революция времени по выбору». *Логос*, Том 25, no. 3 (105), с. 120–137.
- Миронов, К. И., Бутько, Ю. Г., Гловацкий, М. П., Вальчевская, Г. Ю. (2017) Серия многопользовательских игр в жанре экономической стратегии «Ёлочка» для социальных сетей и мобильных устройств. В: Кадан, А.М, Свирский, Е.А., ред. *Технологии информатизации и управления: сб. науч. ст.* Вып. 3. Кн. 2. Минск: РИВШ, с. 375–380. [онлайн] Доступ по: <https://docplayer.ru/41260008-Seriya-mnogopolzovatel'skih-igr-v-zhanre-ekonomicheskoy-strategii-yolochka-dlya-socialnyh-setey-i-mobilnyh-ustroystv.html>. [Просмотрено 11 декабря 2020].
- Стиглер, Б. (2012) Будьте бдительны! *Лаканалия*, no. 11, с. 24–35.
- Фрейд, З. (1992) *По ту сторону принципа удовольствия*. Москва. [онлайн] Доступ по: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/freyd/po_stor.php. [Просмотрено 17 октября 2020].

References

- Andrejevic, M. (2009) *Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade*. In: *Interactions: Studies in Communication and Culture*. no. 1, Vol. 1, pp. 35–51.
- Andrejevic, M. (2011). *Estrangement 2.0*. *World Picture*, 6 (Winter), pp. 1–14.
- Bown, A. (2015). *Enjoying It: Candy Crush and Capitalism*. Zero Books, 96 p.
- Dean, J. (2010) *The Real Internet*, in: *International Journal of Zizek Studies*. Vol. 4, no 1. [online] Available from: <http://zizekstudies.org/index.php/IJZS/article/view/280/280>. [Accessed 27 February 2021].
- Dean, J. (2010) *Blog Theory Feedback and Capture in the Circuits of Drive*. Cambridge, UK; Malden MA: Polity Press, 140 p.
- Freud, S. (1992) *По ту сторону принципа удовольствия* [Beyond the Pleasure Principle], Moscow. [online] Available from: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/freyd/po_stor.php. [Accessed 17 October 2020].
- Grayson, N. *Clicker Games Are Suddenly Everywhere On Steam*. In: Kotaku, [online] Available from: <https://kotaku.com/clicker-games-are-suddenly-everywhere-on-steam-1721131416>. [Accessed 30 September 2020].
- Juul, J. (2010) *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge MA; London, England: MIT Press, 264 p.
- Kanstantsiuk, V. (2017) Digital'noe oposredovanie i ischeznovenie fundamental'noi virtual'nosti [Digital Mediation and the Disappearance of Fundamental Virtuality]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Cultural Research], no. 2 (27), pp. 140–146.
- King, A. (2015) *Что такое инкрементальные игры?* [What are incremental games?]. [online] Available from: <https://gdcuffs.com/incremental-101/>. [Accessed 11 December 2020].
- Lacan, J. (1998) *The Seminar of Jacques Lacan: The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis* (Book XI). W. W. Norton & Company, 304 p.
- Malygina, I., Artiushkina, V. (2016) Identifikatsionnyi potentsial prazdnichnoi kul'tury [Identification potential of festive culture]. *Vestnik MSUCA*, no. 6 (74), pp. 31–38.
- Manola, A. (2015) *Esteticheskaya stadiya proizvodstva/potrebleniya i revolyutsiya vremeni po vyboru* [The Aesthetic Stage of Production/Consumption

- and the Revolution of a Chosen Temporality]. *Logos*, Vol. 25, no. 3 (105), pp. 120–137.
- Matthews, G. (2011) *Desire, Enjoyment and Lack: A Psychoanalytic Approach to Computer Games*. [online] Available from: <http://gamephilosophy.org/wp-content/uploads/confmanuscripts/pcg2011/Matthews%202011-%20Desire%20Enjoyment%20and%20Lack%20-%20A%20Psychoanalytic%20Approach%20to%20Computer%20Games.pdf>. [Accessed 23 December 2020].
- Mcgowan, T. (2016). *Capitalism and desire: the psychic cost of free markets*. Columbia University Press, 304 p.
- Mironov, K. I., But'ko, Iu. G., Glovatskii, M. P., Val'chevskaia, G. Iu. (2017) Seriya mnogopol'zovatel'skikh igr v zhanre ekonomicheskoi strategii Elochka dlia sotsial'nykh setei i mobil'nykh ustroystv [A series of multiplayer games in the genre of economic strategy New Year Tree for social networks and mobile devices]. V: Kadan, A.M, Svirskii, E.A., ed. *Tekhnologii informatizatsii i upravleniya: sb. nauch. st.* Issue 3. Book. 2. Minsk: RIHS, pp. 375–380. [online] Available from: <https://docplayer.ru/41260008-Seriya-mnogopolzovatel'skikh-igr-v-zhanre-ekonomicheskoy-strategii-yolochka-dlya-sotsialnyh-setey-i-mobilnyh-ustroystv.html>. [Accessed 11 December 2020].
- Rehak, B. (2003) Playing at Being: Psychoanalysis and the Avatar. In: Wolf, M. J. P., Perron, B., ed. *The Video Game Theory Reader*. Routledge, pp. 103–128.
- Zizek, S. (2009) *The Parallax View*. The MIT Press, 444 p.
- Stigler, B. (2012) Bud'te bditel'ny! [Be careful!] *Lakanaliya* [Lacanalina], no. 11, pp. 24–35.