



УДК 304.3
ББК 60.56

ММОППГ КАК ПЛОЩАДКИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ¹

Широканова Анна Александровна

Кандидат социологических наук,
старший преподаватель кафедры социальной коммуникации
Белорусского государственного университета
shirokanova@bsu.by
просп. Независимости, 4, 220030 г. Минск, Беларусь

Аннотация. В статье рассматривается проблема трансгрессии приватного и публичного пространства общения в новых медиа. Утверждается, что средства компьютерно-опосредованной коммуникации интегрируются в пространство личной идентичности, являясь неотъемлемой частью хранения «цифровых воспоминаний» и инструментом медиации восприятия и повседневного опыта. Также показывается, что формирование личной идентичности в большинстве новых медиа затруднено в связи с редуциацией измерений телесности и размыванием образа значимого Другого. Массовые многопользовательские ролевые онлайн-игры представлены как смешанная форма коммуникации, где, в отличие от социальных сетей основную роль в успехе коммуникации играют долговременная ориентация, синхронное взаимодействие по достижению общей цели, возможность участия тела и общение по типу «человек-человек». Сделан вывод о более широких возможностях развития личной идентичности в ММОППГ, по сравнению с другими популярными новыми медиа.

Ключевые слова: ММОППГ, компьютерные игры, социальные сети, новые медиа, личная идентичность, Другой, компьютерно-опосредованная коммуникация.

Массовые многопользовательские ролевые онлайн-игры (ММОППГ) принадлежат к новым медиа – территории электронной цифровой коммуникации. В качестве повседневной практики геймеров – поклонников одной или нескольких игр, проводящих за ними несколько часов каждый или почти каждый день, ММОППГ представляют собой особую траекторию построения личной идентичности. Необходимые концепты для социологического анализа этой повседневной практики следует искать в изучении повседневности и новых медиа.

Социологические истоки анализа личной идентичности в новых медиа

Пионерами открытия мира повседневности в социологии были Георг Зиммель, Альф-

ред Шютц, Ирвинг Гофман. Все они по-своему отталкивались от феноменологического метода Гуссерля. Так, трансдисциплинарность Зиммеля, его внимание к сознанию и видение социальности (sociability) как движущей силы превращения уединенности в совместное пребывание, «союз с другими» [27, р. 128] важны для изучения личной идентичности в онлайн-взаимодействии, часто оторванном от окружающего контекста, происходящего в «одновременном времени» (Урри), независимо от территории или часовой зоны участников. Альфред Шютц основной упор в своих работах делал на смысловых структурах жизненного мира, особенно на субъективных значениях, которые индивиды присваивают своим действиям, используют-

ся для создания устойчивых идей и значений, и на основе которых формируется идентичность [25]. Ирвинг Гофман ссылался на Зиммеля, но также опирался на теорию социальной интеракции Дж. Г. Мида, развивая «драматургический» подход к повседневности. В «Презентации себя в повседневной жизни» Гофман предложил метафоры «сцены» и «закулисья», чтобы провести черту между продуманным и целенаправленным поведением индивида, исполняемым перед окружающей его публикой, с одной стороны, и теми движениями, которые торопливо совершаются «за сценой», чтобы поправить образ или отрепетировать необходимые действия [14].

В трудах Гофмана самопрезентация предстает как цель социального действия. Хотя индивиды используют общие значения в социальном действии, они преследуют собственные цели коммуникации. «Драматургическое действие» касается не одного лица, а всех участников социальной интеракции, которые составляют аудиторию друг друга. Каждый может контролировать публичный доступ к миру собственных чувств, намерений и оценок. В результате «... в драматургическом действии участники используют его и управляют своим взаимодействием, регулируя взаимный доступ к своим субъективностям. Таким образом, центральное понятие *презентации себя* означает не спонтанное экспрессивное поведение, а стилизацию выражения опыта индивида с намерением представить его аудитории» [15, р. 86]. Управление, или манипуляция восприятием аудитории, особенно релевантно в контексте новых медиа. Новые медиа позволяют создавать презентацию себя в компьютерно-опосредованном взаимодействии, так что онлайн-обмен работает как «сцена», тогда как реальная обстановка жизни индивида – как «закулисье». Эти реальности могут значительно различаться – как было показано в шуточной зарисовке П. Стейнера 1993 г. «В Интернете никто не знает, что ты собака» или в карикатурном изображении чемпиона игры «Мир Варкрафта» как одинокого лысеющего мужчины средних лет [28]. Новые медиа производят не только возможный «черный ящик» между отправителем и аудиторией, но в последнее время также способствуют созданию множества

«сцен» для онлайн-самопрезентации в социальных сетях, блогинговых сервисах, онлайн-играх. Драматургическая методология помогает проанализировать поведение в виртуальных сообществах, социальных сетях и т. п. [20].

Таким образом, повседневность состоит из нерелексивных субъективных значений, которые индивиды приписывают жизненному миру, но индивиды сознательно принимают участие в постановке «драмы» с целью создания как своего образа в обществе, так и личной идентичности, которую признавали бы другие. Повседневные практики коммуникации представляются мостом между индивидуальными, субъективными значениями акторов, с одной стороны, и действующими для всех социальными механизмами и структурами – с другой.

Особый фокус на повседневной жизни недавно был сделан П. Штомпкой [29], который утверждает, что произошел парадигмальный сдвиг, «поворот к повседневности и иконографическим методам» и к «третьей социологии» – социологии человеческого существования [ibid., р. 2–3]. По Штомпке, «первая» социология имеет дело с социальными общностями, обществами, социальными системами, и к ней относятся как теоретики-объективисты, так и диалектики, такие как Конт, Маркс, Парсонс. «Вторая» социология изучает «социальные атомы», индивидов, значения, социальное действие и включает в себя «понимающую социологию», социальный интеракционизм, структурализм М. Вебера, Дж. Г. Мида, К. Леви-Стросса. «Третья» социология повседневности фокусируется на «реальных, переживаемых и наблюдаемых социальных событиях», социально-индивидуальной практике, составляющей повседневность, поскольку именно она определяет, «что действительно реально», и составляет онтологический базис общества [ibid., р. 3–4].

Еще один важный методологический вклад в понимание формирования личной идентичности онлайн принадлежит социальной антропологии и перспективе «объектной социальности», или «социальности с объектами», К. Кнорр-Цетины, где предполагается, что «объектуализация» – замена людей объектами в ситуации общения по типу «человек-компьютер», растущая зависимость человеческих отношений от объектов, образование «синте-

тической ситуации» интеракции являются ответом на растущую индивидуализацию [6; 17]. Сильной версией данного направления является теория актора-сети [7], где человек представляется как существующий среди (других) вещей – компьютеров, инструментов и других опосредующих объектов. Вместе они представляют собой сети человеческих и нечеловеческих «актантов», производящие новые значения, идеи и факты о людях и окружающем мире. Человеческие и нечеловеческие актанты представляются как равно важные в процессе создания значений. Таким образом, идея о том, что объекты участвуют в процессе создания субъективных значений, имеет непосредственное отношение к пониманию места новых медиа в повседневности.

Номадическое воспроизводство «себя» в новых медиа

Новые медиа описываются через такие характеристики, как цифровая природа, индивидуализированность сообщения, виртуальность, интерактивность, «соединение многих с многими» и др. [19; 26, р. 11]. Социальные последствия структурных признаков новых медиа отличают новые медиа от межличностного и массового каналов коммуникации [13]. Межличностная коммуникация индивидуализирована, однако ограничена по количеству участников. Массовая коммуникация способна передавать сообщение от одного отправителя ко многим получателям, однако сообщение в ней с необходимостью является стандартизированным. В новых медиа существует возможность индивидуализации сообщений и одновременно массового обмена ими. Подобная гибридная природа оставляет пространство для экспериментирования и поиска новых способов воссоздания в электронной коммуникации диалога как процесса интересного субъективного создания значений.

В эпоху аналоговых медиа коммуникация требовала присутствия пользователя в определенном месте и времени, где был установлен телевизор, радиоприемник и т. д. В цифровых медиа, к которым относятся все новые медиа, коммуникация является номадической: она уже не привязана к конкретному контексту коммуникации, но следует логике продвижения повседневной практики [16, р. 107–112]. Поскольку но-

вые медиа построены на обсуждении и контенте пользователей, они зависят от постоянной подпитки новостями и эмоциями. Отсюда машинные стимулы, призывающие поделиться опытом (подсказки «Что новенького? Напишите об этом»). Чтобы поддерживать «онлайнового себя» живым, пользователь вынужден постоянно обновлять информацию о себе, своих интересах, посещаемых местах и т. д. Навязывая эту новую рутину, новые медиа пронизывают пространство с легкостью и угрозой невидимой власти, описанной Фуко [11, с. 291–292].

Когда медиа постоянно находятся под рукой, индивид, «Я» как целостность, получает новое измерение самовыражения через привычное производство, распространение и потребление собственных образов в блогах («Живой журнал»), социальных сетях (Facebook, ВКонтакте, Instagram), виртуальных мирах («Second Life») и т. п. Значения, которые формируются подобным образом, оказывают влияние на личную идентичность в целом.

Цифровая культура производит новые способы конструирования себя, а возможность в любой момент «начать сначала» открывает широкие перспективы идентификации. Мобильные устройства участвуют в сохранении личной идентичности путем документации жизни и значимых воспоминаний в виде фотографий, карт геолокации, ответов друзей и т. д. [16, р. 116]. Следуя за цифровой логикой медиа, личные идентичности превращаются в дискретные, записанные на цифровой носитель фрагменты опыта. Однако расцвет цифровых медиа, который изначально был объявлен освобождением пользователей от фиксированного времени и места аналоговых медиа, усилил, привязал и зафиксировал представление «себя» через личные предпочтения потребления медиа и хранения данных.

Технические характеристики новых медиа трансформируют социальные практики, позволяют индивиду расширять свое «я» онлайн, превращая личные средства коммуникации в эмоционально нагруженные посредники конструирования идентичности. Проблема обеспечения диалога в новых медиа, включая ММОРПГ, может быть описана как медиатизация удовольствия и тела.

Понятие «медиатизация» изначально обозначало «жест, посредством которого

объект лишается прямого, непосредственного права совершать решения», а нарастающая компьютеризация повседневности означает, что субъект все больше медиатизируется, незаметно лишается власти, становится «пойман в сетях электронных медиа». В подобной ситуации ключ к субъективному опыту оказывается в руках Другого, причем он может переходить от реального Другого к объектному, виртуальному, механическому [32]. Сам субъект теряет при этом часть своей способности влиять на развитие собственной идентичности.

С. Жижек считает, что основа «Я» индивида – это декартовское *cogito*, пустой субъект. В анализе новых медиа Жижек использует методологию Жака Лакана. Личная идентичность, которую субъект может изменять, образуется, согласно Лакану, в результате субъективизации реакции индивида на Другого [21]. «“Истина” субъекта, ищущего идентичность, находится в значимых Других, с которыми субъект вступает в отношения, тогда как в самом “Я” ядра или содержательной субстанции нет и быть не может: “Я” то, что заполняет пустоту субъекта [ibid.]. Тем временем Другой, который структурирует личные идентичности в социуме, и есть Субъект, в качестве реакции на которого создается личная идентичность. Три регистра Воображаемое, Символическое и Реальное играют каждый свою роль в этом процессе.

Воображаемое основывается на «стадии зеркала» в человеческом развитии, когда ребенок учится распознавать свой образ в другом объекте (зеркале). Воображаемое – это «область обманчивых поверхностных явлений» [ibid.]. Идентификация принадлежит этому порядку отражения посредством Другого, поэтому Воображаемое еще и область отчуждения. Символический порядок является, по преимуществу, областью языка, но язык – одновременно часть и Воображаемого и Реального. Символическое – «область радикальной инаковости», то есть Другого и дискурса Другого [ibid.], это «мир слов [который] создает мир вещей» [18]. Реальное же есть область недифференцированного опыта; оно противостоит символизации и воображению, что представляет собой постоянную проблему для индивида.

За высокой активностью и интерактивностью коммуникации, присущей пользовате-

лям в новых медиа, Жижек усматривает делегирование ими своего удовольствия Другому. Так, записанный смех в телешоу – это объект, который «радуется» вместо нас [2; 23]. Жижек пишет: «В случае интерпассивности, я пассивен посредством Другого, я уступаю Другому пассивный аспект (наслаждения), тогда как я могу оставаться активно занятым <...> Это позволяет нам ввести понятие *ложной активности*: вы думаете, будто вы активны, тогда как ваша истинная позиция, будучи воплощенной в фетише, является пассивной...» [ibid., с. 19–27]. В какой-то степени схожим образом действует и удовольствие от получения «лайков» под контентом пользователя в социальных сетях или продвижение по игровой иерархии компьютерного героя пользователя. Жижек опровергает одну из широко принятых идей о том, что новые медиа открывают перспективу участия в публичной жизни через преодоление статуса пассивного наблюдателя.

Дальнейшее развитие идеи интерпассивности состоит в том, что она лишает субъекта содержательной идентичности. Поскольку, согласно Лакану, не существует «реального себя», процесс формирования личной идентичности индивида целиком зависит от Другого. В лучшем случае образуется взаимозависимость, далекая от оживленного взаимодействия – как обычно изображается интерактивность. Лаканианский субъект пуст; следовательно, нет и субъективного феноменологического опыта, который мог бы заполнить его пустоту; есть лишь субъективизация опыта как реакция на действия Другого. Однако если Другой получает удовольствие вместо нас, то и процесс субъективизации от нас, вероятно, ускользает. Понятие интерактивности до сих пор широко используется как символ освобождения «Я» и растущей свободы, но есть и интерпассивность – «зловещий двойник» интерактивности, означающий, что цифровые медиа крадут у «Я» пассивные ощущения – его единственный предположительно неотчуждаемый атрибут.

Обсуждая положение субъекта в фильме «Матрица», Жижек выстраивает метафору «конституционной монархии», согласно которой те, кто управляет механизмами функционирования наших виртуальных тел, стано-

вятся их настоящими владельцами, тогда как владельцы физических тел выступают лишь как их номинальные «монархи». Действуя онлайн, мы не желаем, чтобы кто-то определял паттерны и содержание нашего поведения, однако часто там уже есть невидимый, регулирующий наш опыт Другой.

В новых медиа фиксированное время и место коммуникации «выносятся за скобки», количество символических атрибутов «себя» онлайн расширяется (через аватары – образы пользователя на сайте), однако власть субъекта над процессом создания личной идентичности не возрастает. Субъект теряет жизненно важную способность регуляции процесса. Более того, оказавшись в этой ловушке, субъект теряет и возможность проблемного выхода из нее, поскольку онлайн-новые идентичности начинают воспроизводиться и развиваться как социально признанные версии его «я».

Документирование медиатизации «Я», пойманного в «цифровую ловушку», иллюстрируется пользовательскими фотографиями, размещаемыми в (фото)блогах и социальных сетях Instagram, Facebook и т. д. Блогинг предполагает, что автор публикует важные для него лично информационные сообщения, которые в ретроспективе служат «кирпичиками» строения личной идентичности в компьютерно-опосредованной коммуникации. Пользователи размещают «посты» как для своих читателей (которые часто являются их «офлайн-друзьями»), так и для себя; перечитывают собственные сообщения, ментально встраивая их – особенно те, что получают отклик в представлении о собственной личности. Стратегии, которые блогеры используют для фиксирования конкретных состояний своей идентичности, включают в себя, например, демонстрацию содержимого карманов или сумки. Иерархия и презентация того, что автор блога носит с собой, раскрывает символическое значение мобильных медиа для конструирования личной идентичности. Характерные фотографии можно анализировать как постановочные образы «закулисья»: при сохранении признаков постановочной фотографии они все же раскрывают составляющие «общественной маски» владельца и приспособления (косметику, зеркало, смартфон, план-

шет и т. д.), которые служат «подмостками» представления себя перед публикой.

Телесный опыт в массовых и новых медиа включает в себя элемент страдания, поскольку тело теряет субъективные ощущения и просмотр того же телешоу превращает тело в «аппендикс» к опосредующему устройству [9, с. 41–42]. Живое тело «принадлежит конкретному месту и времени, чувству близости осязанию»; в электронном взаимодействии оно выпадает из символического, языкового обращения. В медиа вместо тел действуют образы, и «зрители, потерянные в видении, полагают, что имеют перед собой Альтер-эго», но это не так, поскольку образы живыми не бывают [5, с. 89; 8, с. 53]. Поэтому самость образов лишена этих важных для формирования идентичности свойств тела.

Цифровые образы становятся фактами фантазии, где связь между Другим и «Я» разрывается. В новых медиа часто остается лишь «радикальная безответность мира» [5, с. 91]. По мере уплощения коммуникации от ситуации лицом к лицу до цифровой коммуникации тело теряет сначала измерение времени, затем становится «линией» и, наконец, точкой [4, с. 81].

Сегодня медиа «растворяются в полном всеприсутствии» [3, с. 55]. Тела, превращенные в образы тел, начинают возводить «тюрьму из образов», в которую человек погружается, повинувшись желанию «присутствовать» онлайн постоянно [там же, с. 56]. Дитмар Кампер указывает на разрыв между живым телом, которое можно чувствовать; образом тела, который можно лишь видеть, и цифровой репрезентацией тела, точкой, которую может воспринимать уже лишь мозг [4, р. 73]. Таким образом, нет уверенности в том, что электронные образы в состоянии включить в себя достаточно измерений коммуникации, чтобы полноценно взаимодействовать с необходимым Другим. В результате медиатизации живое тело «выходит из обращения»; а в цифровой коммуникации остается лишь безответность и личная изоляция [5, р. 89–91].

Как и Жижек, Кампер представляет пассивизацию в качестве дисциплинирующего принципа поведения коммуникации в новых медиа. Кампер приходит к заключению, что тело страдает оттого, что оно заточа-

ется в двумерные образы и потребляется в таком виде.

ММОРПГ: в поисках моста к Другому

Обретение Другого, несмотря на эффекты медиации тела и удовольствия онлайн, является необходимым требованием для формирующего влияния электронной коммуникации на личную идентичность. В этом смысле более продуктивными являются те виды новых медиа, организация коммуникации в которых позволяет восстановить присутствие Другого или снизить эффекты медиатизации, по сравнению с ситуацией общения лицом к лицу. Подчеркивание роли Другого не является исключительным для лаканианской методологии: в концепции диалога М.М. Бахтина прослеживается параллельная логика: «Один голос ничего не кончает и ничего не разрешает. Два голоса минимум жизни, минимум бытия» [1, с. 473].

Виртуальная реконструкция измерений тела, сжавшегося до точки цифрового кода, становится частично возможной онлайн посредством говорения, слушания и чувствования [5, с. 93]. Диалог требует развития характеров, что невозможно осуществить посредством обмена образами. Если в массовых многопользовательских ролевых онлайн-играх (ММОРПГ) можно обнаружить диалог, позволяющий участникам быть творческими, открыто реагировать на действия друг друга и использовать разные измерения ощущений, в них происходит и развитие идентичности.

В отличие от других популярных видов новых медиа, где пользователи объединяются по знакомству, ММОРПГ позволяют пользователям создать свое «третье место» [10, с. 84; 22], где коммуникация между готовыми к общению незнакомцами носит открытый, расслабляющий характер и обеспечивает необходимую совместность действия [27, р. 128]. Поскольку пользователи ММОРПГ проводят время в компании игроков со всего мира, их повседневные социально-экономические статусы частично стираются. В противоположность этому, в социальных сетях, ограниченных визуальными образами и письмом, пользователи вынуждены прикладывать дополнительные усилия против «уплощения» восприятия себя онлайн, если хотят превра-

тить обмен сообщениями в диалог и поддерживать его. ММОРПГ вид компьютерных игр, вовлекающих в игровой процесс множество игроков, играющих в реальном времени, объединенных в группы, известные как «гильдии» и «кланы». Игровое пространство в ММОРПГ создается игроками совместно, через действия и разговор, так что этот вид новых медиа обладает сравнительно большим потенциалом для поддержания диалога.

Игра, по определению, предполагает колебание между различными структурами значений. Согласно Й. Хейзинге, игры создают собственную реальность с особыми правилами, не применимыми к привычным социальным мирам: «Игра это выход из рамок обыденной жизни во временную сферу деятельности, имеющей собственную направленность» [12, с. 18]. Игры поддерживают определенную, основанную на правилах структуру, которая позволяет производить новые значения и закреплять их, так что субъекты учатся переключаться между разными мирами значений.

В игровом пространстве все также обаяны «носить маски», что в данном контексте означает создание аватара и способствует как созданию публичного пространства обсуждения, свободного от привычных социально-экономических статусов, так развитию личного «я» в ходе диалога. Как отмечает Жижек, «именно потому, что это только игра, я могу воплотить там идентичность, которая намного ближе к моему реальному самоощущению» [30].

В отличие от практик интернет-серфинга и комментирования в социальных сетях, ММОРПГ предоставляют среду для соприсутствия в реальном времени и открытой двунаправленной коммуникации [31]. Хотя физическое участие в ММОРПГ может осуществляться с использованием специального оборудования, чаще для игры используется «усеченная» версия объектов взаимодействия: монитор, микрофон, наушники, компьютерная мышь. Содержание самой коммуникации, конечно, может варьироваться от инструментально-технического до эмоционального.

В процессе игры пользователи обмениваются сообщениями часто в ситуации, включающей неопределенное количество игроков, ба-

лансирующих на грани личного и публичного содержания. В ходе игры пользователи могут взаимодействовать с другими игроками, работая над конкретными областями своей идентичности. Прежде чем начать играть, пользователи «надевают» виртуальную игровую маску и уже в этом качестве попадают в классическую ситуацию «авансцены» из драматургии И. Гоффмана [14]. Однако данная ситуация отличается тем, что и «авансцена» и «закулисы» происходят онлайн и хотя бы изначально находятся под контролем пользователя.

Чаще всего в офлайне встречаются геймеры из одного города или из одной гильдии. Основная цель подобных встреч — улучшение групповой игры и сплочение команды. В то же время члены одной гильдии не обязаны знать друг друга лично, они могут жить в разных странах. Геймеры отмечают не только равный статус в общении игроков, но и сниженное влияние социального статуса, возраста, профессии на выбор роли в игре.

Вовлечение в игру большого количества других (где Другой состоит из большого числа тех, с кем взаимодействует пользователь) может частично объяснять особый интерес к ММОРПГ (например, растущие год от года показатели одновременно играющих пользователей), дополненный пассивным удовольствием, которое предположительно испытывает герой игрока после решения игровой задачи. Одновременно ММОРПГ помогают преодолевать статусные барьеры коммуникации, связанные с возрастом («цифровые аборигены и иммигранты» [24, р. 1]), полом и т. д.

Наиболее спорной характеристикой ММОРПГ является возможность установить диалог (в бахтинском смысле) и поддерживать интересубъективное пространство общения онлайн, несмотря на легкость потери Другого и ускользание в отчуждающий цикл делегирования удовольствия медиа, вплоть до пренебрежения игрока своим физическим телом и социальными отношениями в офлайне.

Положительной чертой новых медиа для формирования личной идентичности является возможность смягчать некоторые барьеры самовыражения, которые испытывают социально изолированные люди. Для них ММОРПГ могут стать на каком-то этапе привлекательной средой обучения.

Однако гейминг как средство развития личной идентичности положителен лишь в сочетании с коммуникацией лицом к лицу. В качестве «третьего места», где основная цель — общение, игра может состояться при наличии первого (дом) и второго (работа) мест. Общение с другими людьми онлайн и офлайн — свойство человеческой природы, которое улучшает состояние индивида. Как артист, которому требуется публика, процесс формирования личной идентичности индивида зависит от наличия Другого. Согласно С. Жижек и Д. Камперу, проблема новых медиа состоит в том, что субъект не может целиком вовлечь свое невербализированное тело онтологическую основу идентичности в процесс онлайн-коммуникации. Вследствие двойной медиации тела и удовольствия в новых медиа, если игры слишком интенсивно используются с целью развития личностных качеств и формирования идентичности, эффект становится сомнительным и неустойчивым. Когда же ММОРПГ используются в качестве дополнения к общественной жизни, как возможность дать развитие определенной части своей идентичности, результат может быть успешным, поскольку игровой процесс в ММОРПГ включает в себя множество индивидов, готовых к общению и ищущих новые ощущения и опыт, отличный от повседневного.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Статья написана при финансовой поддержке гранта РФФИ № 14-13-34501(р).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бахтин, М. М. Проблемы творчества Достоевского / М. М. Бахтин. — Киев : Next, 1994. — 509 с.
2. Жижек, С. Интерпассивность. Желание: влечение. Мультикультурализм / С. Жижек. — СПб. : Алетей, 2005. — 156 с.
3. Кампер, Д. Двуликий Янус медиа. Эстетизация действительности. Возмущение чувств / Д. Кампер // Тело. Насилие. Боль. — СПб. : Изд-во Русской христианской гуманитарной академии, 2010. — С. 55–58.
4. Кампер, Д. «Тела-абстракции», антропологический четырехугольник из пространства, поверхности, линии и точки / Д. Кампер // Тело. Насилие. Боль. — СПб. : Изд-во Русской христианской гуманитарной академии, 2010. — С. 65–86.

5. Кампер, Д. Тело, знание, голос и след / Д. Кампер // Тело. Насилие. Боль. – СПб. : Изд-во Русской христианской гуманитарной академии, 2010. – С. 87–103.
6. Кнорр Цетина, К. Объектная социальность: общественные отношения в постсоциальных обществах знания / К. Кнорр Цетина // Журнал социологии и социальной антропологии. 2002. – № 1. – С. 101–124.
7. Латур, Б. Пересборка социального: Введение в акторно-сетевую теорию / Б. Латур. – М. : Издательский дом ВШЭ, 2014. – 384 с.
8. Мареш, Р. Дитмар Кампер: портрет философа-маргинала и аутсайдера / Р. Мареш // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. – № 4. – С. 48–54.
9. Савчук, В. Философия эпохи новых медиа / В. Савчук // Вопросы философии. – 2012. – № 10. – С. 33–42.
10. Сергеева, О. Повседневность новых медиа / О. Сергеева. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2010. – 202 с.
11. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко. – М. : Admarginem, 1999. – 480 с.
12. Хейзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга. – М. : Прогресс : Прогресс-Академия, 1992. – 464 с.
13. Crosbie, V. What is New Media? / V. Crosbie // Sociology.org.uk. – Electronic text data. – Mode of access: www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc. – Title from screen.
14. Goffman, E. The Presentation of Self in Everyday Life / E. Goffman. – Garden City, NY : Doubleday Anchor Books, 1959. – 255 p.
15. Habermas, J. The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society / J. Habermas. – Boston : Beacon Press, 1984. – 465 p.
16. Hills, M. Participatory Culture: Mobility, interactivity and identity / M. Hills // Digital Cultures: Understanding New Media. – Maidenhead : Open University Press, 2009. – P. 107–116.
17. Knorr-Cetina, K. The Synthetic Situation: Interactionism for a Global World / K. Knorr-Cetina // Symbolic Interaction. – 2009. – № 1. – P. 61–78.
18. Lacan, J. The Function and Field of Speech and Language in Psychoanalysis / J. Lacan // Ecrits: a Selection / J. Lacan. – London : Tavistock, 1977. – P. 30–113.
19. Manovich, L. The Language of New Media // Andreknoerig.de. – Electronic text data. – Mode of access: <http://andreknoerig.de/portfolio/03/bin/resources/manovich-langofnewmedia.pdf>. – Title from screen.
20. Marwick, A. To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter / A. Marwick, D. Boyd // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. – 2007. – № 2. – P. 139–158.
21. Myers, T. Chronology. Slavoj Zizek – Key Ideas: Influences / T. Myers // Lacan.com. – Electronic text data. – Mode of access: www.lacan.com/zizekchro1.htm (date of access: 01.06.2014). – Title from screen.
22. Oldenburg, R. The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day / R. Oldenburg. – N. Y. : Paragon House, 1989. – 384 p.
23. Pfaller, R. Little Gestures of Disappearance (1) : Interpassivity and the Theory of Ritual / R. Pfaller // Psychomedia.it. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.psychomedia.it/jep/number16/pfaller.htm>. – Title from screen.
24. Prensky, M. Digital Natives, Digital Immigrants / M. Prensky // On the Horizon. – 2001. – № 5. – P. 1–6.
25. Schutz, A. The Structures of Life-World / A. Schutz. – Evanston : Northwestern University Press ; London : Heinemann, 1973. – 335 p.
26. Silverstone, R. What's New about New Media? : Introduction / R. Silverstone // New Media & Society. – 1999. – № 1. – P. 10–12.
27. Simmel, G. On Individuality and Social Forms: Selected Writings / G. Simmel. – Chicago : University of Chicago Press, 1971. – 412 p.
28. South Park. Episode 147. Make Love, not Warcraft : videorecording / Screenplay by Trey Parker, Matt Stone.
29. Sztompka P. The Focus on Everyday Life: a New Turn in Sociology / P. Sztompka // European Review. – 2008. – № 1. – P. 23–37.
30. The Pervert's Guide to Cinema: videorecording / directed by Sophie Fiennes, Slavoj Zizek.
31. Zhao, S. Toward a Taxonomy of Copresence / S. Zhao // Presence: Teleoperators & Virtual Environments. – 2004. – № 5. – P. 445–455.
32. Zizek, S. The Matrix, or Two Sides of Perversion : videorecording / S. Zizek. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.lacan.com/zizek-matrix.htm>. – Title from screen.

REFERENCES

1. Bakhtin M.M. *Problemy tvorchestva Dostoevskogo* [Problems of Dostoevsky's Works]. Kiev, Next Publ., 1994. 509 p.
2. Zhizhek S. *Interpassivnost. Zhelanie: vlechenie. Multikulturalizm* [Interpassivity. Desire: Appetence. Multiculturalism]. Saint Petersburg, Aleteya Publ., 2005. 156 p.
3. Kamper D. *Dvulikiy Yanus media. Estetizatsiya deystvitelnosti. Vozmushchenie chuvstv* [The Two-Faced Janus of the Media. Aesthetization of Reality. Disturbance of Senses]. *Telo. Nasilie. Bol* [Body. Violence. Pain]. Saint Petersburg, Izd-vo Russkoy khristianskoy gumanitarnoy akademii, 2010. pp. 55–58.

4. Kamper D. "Tela-abstraktsii", antropologicheskiy chetyrekhugolnik iz prostranstva, poverkhnosti, linii i tochki ["Bodies-Abstractions", the Anthropological Quadrangle from Space, Surface, Line and Dot]. *Telo. Nasilie. Bol* [Body. Violence. Pain]. Saint Petersburg, Izd-vo Russkoy khristianskoy gumanitarnoy akademii, 2010. pp. 65-86.
5. Kamper D. Telo, znanie, golos i sled [The Body, Knowledge, Voice, and Trace]. *Telo. Nasilie. Bol* [Body. Violence. Pain]. Saint Petersburg, Izd-vo Russkoy khristianskoy gumanitarnoy akademii, 2010. pp. 87-103.
6. Knorr Tsetina K. Obyektnaya sotsialnost: obshchestvennye otnosheniya v postsotsialnykh obshchestvakh znaniya [Objective Sociality: Social Relations in Post-Social Knowledge Societies]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*, 2002, no. 1, pp. 101-124.
7. Latur B. *Peresborka sotsialnogo: Vvedenie v aktorno-setevuyu teoriyu* [Reassembling of the Social: Introduction into Actor-Network Theory]. Moscow, Izd-vo VShE, 2014. 384 p.
8. Maresh R. Ditmar Kamper: portret filosofa-marginala i autsaydera [Dietmar Kamper: A Portrait of Marginal Philosopher and Outsider]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*, 1999, no. 4, pp. 48-54.
9. Savchuk V. Filosofiya epokhi novykh media [The Philosophy in the Age of New Media]. *Voprosy filosofii*, 2012, no. 10, pp. 33-42.
10. Sergeeva O. *Povsednevnost novykh media* [The Everyday Life of New Media]. Volgograd, Izd-vo VolGU, 2010. 202 p.
11. Fuko M. *Nadzirat i nakazyvat. Rozhdenie tyurmy* [Supervise and Punish. The Origin of Prison]. Moscow, Admarginem Publ., 1999. 480 p.
12. Huizinga J. *Homo ludens. V teni zavtrashnego dnya* [Homo Ludens. In the Shadow of Tomorrow]. Moscow, Progress Publ., Progress-Akademiya Publ., 1992. 464 p.
13. Crosbie V. *What is New Media?* Available at: www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc.
14. Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City. New York, Doubleday Anchor Books, 1959. 255 p.
15. Habermas J. *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society*. Boston, Beacon Press, 1984. 465 p.
16. Hills M. Participatory Culture: Mobility, Interactivity and Identity. *Digital Cultures: Understanding New Media*. Maidenhead, Open University Press, 2009. pp. 107-116.
17. Knorr-Cetina K. The Synthetic Situation: Interactionism for a Global World. *Symbolic Interaction*, 2009, vol. 32, no. 1, pp. 61-78.
18. Lacan J. The Function and Field of Speech and Language in Psychoanalysis. *Ecrits: a Selection*. London, Tavistock, 1977. pp. 30-113.
19. Manovich L. *The Language of New Media*. Available at: <http://andreknoerig.de/portfolio/03/bin/resources/manovich-langofnewmedia.pdf>.
20. Marwick A., Boyd D. To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal or Research into New Media Technologies*, 2007, no. 2, pp. 139-158.
21. Myers T. *Chronology. Slavoj Zizek – Key Ideas: Influences*. Available at: www.lacan.com/zizekchrol.htm (accessed June 1, 2014).
22. Oldenburg R. *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day*. New York, Paragon House, 1989. 384 p.
23. Pfaller R. *Little Gestures of Disappearance (1): Interpassivity and the Theory of Ritual*. Available at: <http://www.psychomedia.it/jep/number16/pfaller.htm>.
24. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 2001, noMMORPGs as Platforms of forming Personal Identity. 5, pp. 1-6.
25. Schutz A. *The Structures of Life-World*. Evanston, Northwestern University Press, London, Heinemann, 1973. 335 p.
26. Silverstone R. What's New about New Media? Introduction. *New Media & Society*, 1999, no. 1, pp. 10-12.
27. Simmel G. *On Individuality and Social Forms: Selected Writings*. Chicago, University of Chicago Press, 1971. 412 p.
28. Parker T., Stone M., Garefino, A. (Executive producers). *South Park. Make Love, not Warcraft*. Season 10, episode 147. Paramount Home Video, ComedyCentral, 2006.
29. Sztompka P. The Focus on Everyday Life: a New Turn in Sociology. *European Review*, 2008, no. 1, pp. 23-37.
30. Fiennes S., Zizek S. (Directors and producers). *The Pervert's Guide to Cinema*, 2006.
31. Zhao S. Toward a Taxonomy of Copresence. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 2004, no. 5, pp. 445-455.
32. Zizek S. *The Matrix, or Two Sides of Perversion*. Available at: <http://www.lacan.com/zizek-matrix.htm>.

MMORPGS AS PLATFORMS OF FORMING PERSONAL IDENTITY

Shirokanova Anna Aleksanrovna

Candidate of Sociological Sciences,
Assistant Professor, Department of Social Communication,
Belarusian State University
shirokanova@bsu.by
Nezavisimosti Prosp., 4, 220030 Minsk, Belarus

Abstract. This paper deals with the problem of diffusion of the private and public spaces of communication in new media. The author claims that the devices for computer-mediated communication get integrated into the domain of personal identity as storage for “digital memories” and as tool of mediating perception and everyday-life experience. It is also shown that the formation of personal identity is hampered in most of new media as a result of reducing corporality dimensions (Dietmar Kamper) and blurring the image of the significant Other (Slavoj Zizek). Mass multiplayer online role games are presented here as a mixed mode of communication where, in contrast to social networks, the most important components of successful communication are long-term orientation, synchronous interaction aimed at reaching a common goal, the possibility of physical participation, and “human-human” communication. As a result, MMORPGs can provide wider opportunities for personal identity development, when compared to other popular types of new media.

Key words: MMORPG, computer games, social networks, new media, personal identity, the Other, computer-mediated communication.