

## К критике проекта геймификации

Алексей Салин

Аспирант кафедры онтологии и теории  
познания философского факультета  
МГУ им. М. В. Ломоносова.  
Адрес: 119991, Москва, ГСП-1, Ломоносов-  
ский пр., 27, корп. 4.  
E-mail: alexsalin22@gmail.com.

Ключевые слова: геймификация; игры в аль-  
тернативной реальности; разыгрывание веры;  
капитализм; альтернативная экономика.

*... при царе Атисе, самс Ма-  
неса, во время Лидии насту-  
пил сильный голод [от недо-  
рода хлеба]. Сначала лидий-  
цы терпеть не переносили  
нужду, а затем, когда  
голод начал всё более и бо-  
лее усиливаться, они ста-  
ли искать изобретения, при-  
думывая разные средства,  
чтобы заглушить голод.  
Они поступали так: один  
день все время занимались  
играми, чтобы не думать  
о пище, а на следующий  
день ели, прекращая игры.  
Так лидийцы жили 18 лет.<sup>1</sup>*

Геродотовскую историю переска-  
зывает сегодня Джейн МакГо-  
нигл, исследовательница и раз-  
работчица компьютерных игр,  
утверждающая, что мы до сих пор  
играем в игры, чтобы сделать не-  
выносимую реальность пригодной  
для жизни<sup>2</sup>. Поэтому, с ее точки  
зрения, геймеров нельзя рассма-  
тривать как эскапистов, напро-  
тив, игра для них — единствен-  
ный способ остаться в реальности  
и выжить в ней. МакГонигл (как  
и многие другие разработчики) де-  
лает вывод о том, что встраивание  
компьютерных игр в реальность,  
в наши повседневные практики

1. Геродот. История: В 9 кн. Л.: Наука, 1972. С. 42.
2. McGonigal J. Reality is Broken: Why Games Make Us Better and how They Can Change the World. N.Y.: Penguin, 2011. P. 5–6.

В современных исследованиях компьютерных игр нет однозначного отношения к проекту геймификации. Целью данной статьи является критическое рассмотрение проекта геймификации с целью выработки такого отношения к этому проекту, которое он действительно заслуживал бы. Для достижения этой цели в данной статье будут совершены следующие шаги. Во-первых, будут рассмотрены технологические аспекты геймификации, то есть на множестве примеров из области разработок игр в альтернативной реальности (*alternate reality games, ARG*) будет показано, как геймплей в принципе может опосредовать собой практики повседневной жизни. В ходе этого рассмотрения будет предложена классификация игр в альтернативной реальности в соответствии со степенью погруженности игрока в эти игры.

Во-вторых, будет обсужден вопрос о том, насколько правомерно говорить о стирании границы между игрой и не-игрой в рамках проекта геймификации. Рассмотрение этого вопроса позволит ясно сформулировать, что именно делают люди, когда они нечто геймифицируют. В-третьих, в данной статье будут сопоставлены различные взгляды на цели проекта геймификации, а именно взгляды, присущие левым теоретикам геймификации, с одной стороны, и либеральным теоретикам геймификации — с другой. Это сопоставление покажет, в какой мере геймификация может быть использована для поддержания капитализма, а в какой — для его критики и выстраивания альтернативной ему экономики, что и станет ключевым моментом для выработки критического отношения к проекту геймификации.

---

может улучшить характер социальных взаимодействий. На этой идее базируется и проект геймификации.

Но вернемся к голодающим лидийцам, играющим в мяч:

Между тем бедствие не стихало, а еще даже усиливалось. Поэтому царь разделил весь народ на две части и повелел бросить жребий: кому оставаться и кому покинуть родину. Сам царь присоединился к оставшимся на родине, а во главе переселенцев поставил своего сына по имени Тирсен. Те же, кому выпал жребий уезжать из своей страны, отправились к морю в Смирну. Там они построили корабли, погрузили на них всю необходимую утварь и отплыли на поиски пропитания и [новой] родины. Миновав много стран, переселенцы прибыли в землю омбриков и построили там город, где и живут до сей поры. Они переименовались, назвав себя по имени сына своего царя [Тирсена], который вывел их за море, тирсенами. Лидийцы же на родине были поработаны персами<sup>3</sup>.

Игры все же не спасли лидийцев от голода и рабства, они только отсрочили момент принятия решения о том, как выйти из данной ситуации. Но тогда не оказываются ли игры только спосо-

3. Геродот. Указ. соч. С. 42.

бом вытеснения и забвения невыносимой реальности, не решающим проблему, а сохраняющим ее в отсроченном и подвешенном состоянии?

Эта амбивалентность игр, позволяющих, с одной стороны, 18 лет переносить голод, а с другой — ничего по сути не меняющих, и сегодня вызывает противоречивые чувства. Оптимисты от геймификации, самая видная среди которых Джейн МакГонигл, утверждают, что встраивание компьютерных игр в нашу жизнь может привести к ее качественному улучшению. Пессимисты, лагерь которых возглавляет Ян Богост, считают, что геймификация — это «брехня», которую выдумали менеджеры и маркетологи, чтобы использовать компьютерные игры в своих корыстных целях<sup>4</sup>. В этой статье я критически рассмотрю проект геймификации, чтобы решить, какого отношения к себе он действительно заслуживает.

## Технологии ARG

Представление о мире игры, скрытом за экраном монитора или телевизора, не всегда оказывается релевантным, когда речь заходит о технологиях геймификации. Игры, свободно встраивающиеся в реальность, разыгрываются в пространствах самой этой реальности, в пространствах повседневной жизни. Такие игры разработчики называют играми в альтернативной реальности (или просто ARG, сокращенно от *alternate reality game*). Джейн МакГонигл называет их антиэскапистскими играми<sup>5</sup>. Вместо того чтобы уводить игрока из реального мира в мир вымышленный, они вводят игрока в реальный мир. С технической точки зрения это реализуется в том, что для создания ARG в качестве платформы используются не только и не столько специфические для компьютерных игр *hardware* (консоли, персональные компьютеры и т.д.) и *software* (игры как программы, записанные на дисках или картриджах), но объекты из повседневной жизни, на которые накладывается вымышленный игровой мир<sup>6</sup>. Так, в качестве элементов игры могут использоваться городские

4. Bogost I. Gamification is Bullshit. My position statement at the Wharton Gamification Symposium//Bogost.com. August 8, 2011. URL: [http://bogost.com/blog/gamification\\_is\\_bullshit/](http://bogost.com/blog/gamification_is_bullshit/).

5. McGonigal J. Op. cit. P. 125.

6. См., напр., описание основной механики ARG Адамом Фостером в: Foster A. Alternate Reality Game puzzle design//Gamasutra. June 17, 2013. URL: <http://www.gamasutra.com/blogs/AdamFoster/20130617/194321/>.

кварталы, предметы, которые можно найти в городе, реальные люди — актеры, выполняющие определенные задания, — и т. д. Однако эти игры не перестают быть компьютерными в силу того, что они широко используют технологии беспроводного интернета для связи игроков друг с другом и с кукловодами, а также программы, осуществляющие координацию действий игроков в реальном мире и очков, которые они зарабатывают уже как обитатели вымышленного игрового мира. Тем самым компьютерная составляющая этих игр не подлежит сомнению, хотя визуальная может быть сильно ослаблена по сравнению с классическими компьютерными играми. Поэтому часто бывает сложно назвать такие игры *видеоиграми*.

Игры в альтернативной реальности не следует путать с играми в виртуальной реальности. Игры в виртуальной реальности остаются эскапистскими играми, пытаясь погрузить игрока в вымышленный мир, не связанный с миром реальным. Именно на это направлены, к примеру, шлемы виртуальной реальности. Альтернативная реальность не отрывается от «реальной реальности», данной нам по умолчанию. Наоборот, она вмешивается в нее и может даже ее как-то изменить.

Поскольку исследования компьютерных игр являются достаточно молодой исследовательской областью, в них еще не сложилось устойчивой системы дисциплинарных разграничений. Поэтому исследователи до сих пор не пришли к окончательному консенсусу относительно тех объектов, которые они исследуют. К примеру, многие исследователи используют одновременно и понятие *ARG*, и понятие «первазивная игра» (*pervasive game*) для описания одних и тех же объектов<sup>7</sup>. Поэтому в этой статье я сам хочу вступить в полемику и предложить свой вариант классификации игр в альтернативной реальности, чтобы навести порядок в этой области.

Среди *ARG*, к которым относятся вообще все игры, использующие в качестве элементов игрового мира объекты нашей повседневной жизни (физические или социальные), я выделяю три основные группы. Игры, попадающие совместно в одну из данных групп, объединяет то, насколько сильным в них оказывается погружение игрока в игру (то, что в исследованиях

7. Так, Джейн МакГонигл в статье «Настоящая маленькая игра: эффект Пиноккио в первазивных играх», опубликованной в настоящем номере «Логоса», использует термин «первазивные игры», тогда как в своей книге (*McGonigal J. Op. cit.*) переходит к использованию термина *ARG*.

компьютерных игр принято называть *immersion*). Если перечислить разновидности ARG по усилению в них этого погружения, то выстроится следующий ряд: эмбиент-игры, первазивные игры, иммерсивные игры.

Для эмбиент-игр характерно то, что они предоставляют игроку возможность существовать на разных уровнях погружения, не оставаясь все время ни на одном из них в частности. То есть в эмбиент-игру можно специально пытаться играть, стремиться к погружению в нее, а можно вообще заниматься чем-то другим, но игра будет продолжаться сама как бы в фоновом режиме. Это роднит эмбиент-игру с эмбиент-музыкой, которую можно сделать объектом для внимательного вслушивания, а можно просто проигнорировать ее. То есть такая музыка должна быть воспринимаемой настолько же, насколько воспринимается мебель. Мы можем, конечно, повосхищаться мебелью в отдельный момент, но потом перестать воспринимать ее как отдельную фигуру и перевести ее в фон, просто пользуясь ею и особо не замечая ее. То же самое имеет место и в случае с эмбиент-играми. Игрок может в какой-то момент погрузиться в эмбиент-игру сильнее, потом воспринять ее просто как фон, но игра все равно будет продолжаться. Главное, что роднит такие игры с темой геймификации, — они не отделяются от не-игры, они вплетаются непосредственно в те интеракции, которые мы считаем неигровыми, в них играют тогда же, когда идут на работу, когда работают, когда участвуют в конференции и т. д.

Примером таких игр является игра *Ambient Quest: Pedometer*, или, попросту говоря, «Шагомер». Это была экспериментальная игра, созданная двумя теоретиками и разработчиками Дэном Пинчбеком и Марком Айлсом<sup>8</sup>. Игровой процесс заключался в том, что игроки вешали на себя шагомер, измерявший количество шагов, которые они совершали каждый день. Они могли использовать это количество шагов, чтобы как-то передвигать свой аватар уже в виртуальном пространстве. Чем дальше они прошли за день, тем дальше мог продвинуться игровой персонаж либо под их самостоятельным контролем, либо под автоматическим контролем компьютера. Это и приводило к возможности большего или меньшего погружения в игру: можно было просто ходить и поручать компьютеру передвижение персонажа

8. Eyles M., Pinchbeck D. Playful Ambience//DiGRA '11 — Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play. January, 2011. Vol. 6. URL: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11313-00260.pdf>.

или же самому передвигать персонажа. Разработчики опробовали эту игру на участниках одной из конференций, посвященных видеоиграм. В результате было обнаружено, что игра изменила характер вполне неигровых интеракций на конференции: участники конференции стали посещать гораздо больше разных аудиторий, чтобы набрать больше шагов. Таким образом, по крайней мере потенциально «Шагомер» способен изменить характер взаимодействий между учеными, заставив их в большей мере интересоваться областями, лежащими за пределами их непосредственной специализации. Понятно, что такие игры смогут опосредовать не только наши перемещения, если усовершенствовать те платформы, в которых они воплощены, и распространить их повсеместно. Тогда, к примеру, простая покупка определенной вещи в супермаркете сможет стать шагом в определенной эмпат-игре. Отсюда вырастает красивая полуфантастическая утопия, которую обрисовывал на одном из своих выступлений разработчик видеоигр Джесси Шелл: возможно, когда-нибудь наша зубная щетка сможет зафиксировать, как мы чистим ею зубы, и в зависимости от того, как долго и тщательно мы это делаем, даст нам очки, которые будут как-то использоваться нами в определенной эмпат-игре<sup>9</sup>.

Первазивные игры в целом по своей механике мало чем отличаются от эмпат-игр. Их отличает только то, что они предполагают активное погружение игроков на протяжении всего хода игры. Эти игры не могут потерять статуса фигуры и просто перейти на второй план. Самым известным и наиболее распространенным примером такой игры является *Foursquare*<sup>10</sup>. Это приложение для мобильных устройств превращает простое посещение различных мест в физическом пространстве в действие, совершаемое игроком в альтернативном пространстве игры, реализующееся как получение баллов и «бейджей» («кофеман», «шмотошник» и т.п.). При этом процессы, происходя-

9. Schell J. Design Outside The Box//G4. February 18, 2010. URL: <http://www.g4tv.com/videos/44277/DICE-2010-Design-Outside-the-Box-Presentation/>.

10. На момент сдачи этой статьи в редакцию *Foursquare* уже утратил характер первазивной игры. В 2014 году произошло разделение *Foursquare* на *Foursquare* и *Swarm*: первый стал просто вариантом приложения для проставления рейтинга разным публичным местам и поиска этих публичных мест, второй же превратился в геолокационную социальную сеть, но ни первое, ни второе приложения уже не содержали особо выделенных элементов гейм-дизайна. Так что приводящееся здесь описание *Foursquare* затрагивает его функционирование до этого разделения.

щие в альтернативном мире игры, могут иметь обратное воздействие на мир реальный: «мэр» питейного заведения может, к примеру, получить в нем кружку пива бесплатно. При этом, в отличие от эмбиент-игр, в данном случае игрок всегда должен быть начеку: забыв достать в определенный момент свое мобильное устройство и «зачекиниться», игрок рискует потерять полагающиеся ему баллы. Само устройство не играет, как в случае с «Шагомером».

И наконец, третьим видом ARG являются иммерсивные игры, в которых к встраиванию игры в повседневное пространство с помощью ноутбуков, планшетов, мобильных, *Wi-Fi*, факса, *e-mail*'а и т.д. добавляется еще и риторика, заключающаяся в метасообщении «Это не игра». То есть сам этот медиум настроен таким образом, чтобы самоустранять свою медиальность и представлять сообщение как нечто непосредственное, неигровое и «реальное», невымышленное. Это обстоятельство до предела усиливает погружение геймеров в альтернативный мир игры, поскольку они начинают рассматривать соотношение альтернативного мира и реального мира как куда более близкое, чем в случае с *Foursquare* или с «Шагомером». Хорошим и достаточно свежим примером таких игр является игра *Ingress*, разработанная *Google* для мобильных устройств на базе *Android* и запущенная в 2012 году. Сценарий этой игры заключается в следующем: таинственная группировка под названием *Shaper* распространяет по всему миру через определенные порталы (роль которых играют некоторые реальные объекты: фонтаны, здания и т.д.) некую экзотическую материю, которая якобы может изменить ход всей человеческой истории. Игроки делятся на две команды: *Enlightened* (Просвещенные) и *Resistance* (Сопrotивление) — и сражаются за контроль над порталами. Хитрость заключается здесь в том, что, чтобы отметить портал на карте альтернативной реальности мира *Ingress*, необходимо сначала отправить фотографию определенного объекта, который мог бы быть порталом, кукловодам, чтобы они подтвердили, является ли этот объект порталом или нет. В итоге и игроки получают радость от игры, и *Google* получает возможность не нанимать специально сотрудников для создания фотографий для карт *Google*. Тем самым игра *Ingress* оказывается примером массового онлайн-краудсорсинга, а то господство в альтернативной реальности, за которое борются Просвещенные и Сопrotивление, — метафорой повсеместного надзора и господства *Google*

в «реальной реальности»<sup>11</sup>. Однако все это само по себе не делает эту игру иммерсивной. Иммерсивной ее делает тот лозунг, который всюду, начиная с трейлера<sup>12</sup>, ее сопровождает: «Это не игра». Игра как бы сообщает на метауровне игрокам, что они *действительно* собирают энергию, *действительно* открывают порталы и т. д. Поэтому для иммерсивных игр важны не только определенные процедуры, технически создающие игровой процесс (геймплей), но и широкое использование нарративов, то есть историй, которые эти игры рассказывают. В случае иммерсивных игр эти нарративы как раз и задают тот мир, в реальность, «неигровость» которого игроки якобы должны поверить. В случае, к примеру, с *Foursquare* никакого нарратива не нужно, игра практически полностью сводится к практикам, описываемым людологами, то есть к практикам следования правилам и получения очков.

Таким образом, я рассказал о технологическом аспекте геймификации, о том, как с материальной точки зрения возможно опосредовать ранее бывшее неигровым действие игровым процессом и сделать пространство повседневных практик платформой для игр в альтернативной реальности. Однако это только материальные факторы, необходимые для запуска игры. Теперь, говоря языком Аристотеля, от материи геймификации я хочу перейти к ее форме. *Что происходит, когда игра играет?*

## Цинизм игрового разума

Для того чтобы ответить на вопрос о том, что именно происходит, когда игроки играют в альтернативной реальности, необходимо обратиться к конкретным примерам, кейсам, показывающим разворачивание игровых процессов в ARG. Один из таких кейсов приводит Джейн МакГонигл в своей работе «Настоящая маленькая игра». В качестве предмета своего исследования МакГонигл выбирает иммерсивную игру *The Beast*. *The Beast* была игрой, созданной группой сотрудников *Microsoft* как маркетинговый ход для продвижения фильма Спилберга «Искусственный интеллект». В один прекрасный момент внимательные зрители заметили в трейлере к этому фильму странный пункт в списке

11. См.: Lobo S. Google macht die Welt zum Spielfeld//Spiegel Online. Die Mensch-Maschine. May 28, 2013. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/google-ingress-die-ganze-welt-als-spiel-a-902267.html>.

12. См. трейлер к игре *Ingress*: <http://youtu.be/g2rYjlxqypM>.



создателей: «Жанин Салла, терапевт разумных машин» (*Sentient Machine Therapist*)<sup>13</sup>. При поиске этого имени в системе *Google* открывалось несколько сайтов, датированных 2142 годом нашей эры. Так началась игра. Игроки обнаруживали на этих сайтах намеки на другие сайты или реальные места, добравшись до которых они получали задание по телефону или даже от реального человека. Задания могли быть зашифрованы в рекламе или телепередачах, могли пересылаться по факсу или по почте, что заставляло игроков всегда быть начеку, выискивая предназначенную для них информацию в самых неожиданных местах. И все это делалось так, будто бы задания были не игрой, а деятельностью по разгадке реального послания — все в полном соответствии с метариторикой всякой иммерсивной игры, заключающейся в сообщении «Это не игра».

Часто расхожее мнение интерпретирует эту игру как пример внушаемости и доверчивости геймера, не понимающего, что его обманывают, не различающего реальность и игру и т.д. Так понятие геймификации начинает обрастать различными полуклиническими коннотациями: стирание границы между реальностью и игрой может быть понято в таком случае как то, что геймеры начинают думать, будто они сами являются персонажами видеоигры, и т.д. Джейн МакГонигл же пытается показать, что представление о внушаемом и доверчивом геймере, действительно верящего в то, что он не играет, а раскрывает тайны мирового заговора или спасает планету, когда участвует в *The Beast*, не соответствует тому, что действительно происходит в иммерсивных играх. Игроки не верят в то, что они делают. Надо различать действительную веру и то разыгрывание веры, которое сознательно и целесообразно осуществляют игроки *The Beast* для получения удовольствия от игры. Удовольствие, получаемое геймером от иммерсивной игры, как раз и заключается в добровольной попытке верить, давая себе отчет в невозможности поверить во все это по-настоящему.

МакГонигл приводит многие примеры, показывающие неоправданность модели доверчивого геймера. Элан Ли, ведущий разработчик игры, рассказал МакГонигл об этих примерах. Изначально он ожидал, что игроки будут пытаться вскрыть обман,

13. *Idem*. «This Is Not a Game»: Immersive Aesthetics and Collective Play// Digital Arts & Culture 2003 Conference Proceedings. Melbourne, Australia. URL: <http://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal-jane-this-is-not-a-game.pdf>.

стоящий за игрой, раскрыть людей, которые делают игру, открыть, кто находится по ту сторону занавеса и создает задания для игроков, которые потом рассылаются по почте, телефонам и т. д. Но все вышло совсем наоборот. Игроки активно продолжали разыгрывать веру в реальность игры, даже когда основная риторика *The Beast*, заключающаяся в сообщении «Это не игра», трещала по швам, когда в игре возникали трещины, обнажая то, что игра пыталась вытеснить и спрятать.

Это произошло, к примеру, когда было раскрыто, что игру создали сотрудники *Microsoft*. Сначала игровой форум

...был забит потрясенными сообщениями типа: «Боже мой! За этим стоит Билл Гейтс! Билл Гейтс пытается управлять нашими мозгами! Ааааа!» Но впоследствии сообщения стали такими: «Но, вы знаете, это нормально... Я просто буду игнорировать *Microsoft*. Я знаю, что не должен был знать этого, так что я просто забуду об этом и притворюсь, будто я ничего не знал»<sup>14</sup>.

То есть игроки просто перешли в модус игры *как если бы*: «как если бы кукловоды (так геймеры называют людей, управляющих ходом иммерсивных игр) не были раскрыты, как если бы никакая корпорация не несла ответственности за весь игровой универсум»<sup>15</sup>. Игроки тем самым стали действовать в рамках определенной фетишистской логики<sup>16</sup>: да, мы знаем, что мы делаем, мы знаем, что все это выдумка, созданная для рекламы фильма Спилберга, но мы все равно будем это делать, мы будем вести себя так, как если бы мы ничего не знали, мы будем вести себя так, как если бы мы верили, что все это не игра, а реальная борьба с роботами-убийцами. Поскольку сама эта игра построена так, что получение наслаждения от нее возможно только при не-знании того, что она в действительности является игрой, а с другой стороны, всем очевидно, что она является игрой, игроки для получения удовольствия ведут себя крайне цинично,

14. Lee E. «This Is Not a Game». Lecture at the Game Developers Conference 2002. Convention Center, San Jose, California. March 22, 2002. Цит. по: McGonigal J. A Real Little Game: the Pinocchio Effect in Pervasive Play// DiGRA '03 — Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up. 2014. Vol. 2. URL: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/05097.11067.pdf> (перевод опубликован в настоящем номере «Логоса»).

15. Ibidem.

16. См.: Жижек С. Возвышенный объект идеологии. М.: Художественный журнал, 1999. С. 38–40.

притворяясь, что они верят в то, во что они не верят. И так, если ты узнаешь слишком много, наслаждение исчезнет. Поэтому игроки активно практикуют не-знание, пытаются залатать разрывы, через которые просачивается истина игры — тот факт, что она в действительности является всего лишь игрой и ничем больше.

Это дает нам ответ на вопрос о том, как надо понимать нарушение границы между игрой и повседневностью в иммерсивных видеоиграх, к которому приводит это стремление игры самораствориться как медиум и представить свое содержание как непосредственное и невымышленное. Как было показано, игроки не верят в то, что это все не игра. Эмпирически игроки как раз имеют все основания для того, чтобы считать, что они именно играют в игру. Таким образом, для того чтобы их действия приобрели статус не-игры, необходим дополнительный квазитрансцендентальный уровень, на котором игроки разыгрывают веру во всегда уже неигровой статус своих действий, поступая так, как если бы игра была не-игрой. Благодаря активному принятию этого уровня игроки получают способность закрыть глаза на то, что действительно происходит, или нужным образом проинтерпретировать происходящее и т.д. То есть мерцание границы между повседневностью и игрой происходит не на уровне самого созерцания, а на уровне предпосылаемых ему оптик, способов рассмотрения эмпирических представлений. Это напоминает то, как функционируют идеи у Канта. Идеи Бога, свободы и бессмертия не являются предметами возможного опыта. Но субъект, если только он является разумным существом, должен постулировать их существование и руководствоваться ими в качестве регулятива чистого разума, поскольку только так практическая деятельность может стать моральной, а теоретическая — получить идеал для стремления к безусловной основе всех явлений, которую, разумеется, можно только искать, но никогда нельзя найти. То же самое и здесь. На эмпирическом уровне все говорит о том, что мы играем в игру, но, если мы хотим получать наслаждение, на трансцендентальном уровне мы должны воображать, будто бы это все не игра. В этом смысле расхожее представление о геймификации как о непосредственной вере геймеров в то, что они живут в видеоиграх, можно представить как метафизическое смешение чувственности и рассудка.

Но, с другой стороны, МакГонигл заметила, что люди, игравшие в различные виды игр в альтернативной реальности, часто начинают «обыгрывать» практики своей повседневной жизни. То есть они начинают рассматривать те ситуации, которые оче-

видно являются не-игровыми, так, как если бы они были играми. К примеру, это сделала группа *The Cloudmakers*, одно из интернет-сообществ, игравших в игру *The Beast*<sup>17</sup>. Когда случилось 11 сентября, члены этой группы предложили рассмотреть террористические акты как составляющие определенного квеста в игре *The Beast* и попытаться решить его, разобравшись с терроризмом. В тот момент, когда и в публичной, и в частной коммуникации в США царил полная растерянность и шок, члены группы *The Cloudmakers* уже были готовы к активному ответу и предлагали друг другу объединить полученные во время игры в *The Beast* навыки и способности с целью выйти на след террористов. В данном случае происходит ситуация, зеркально отражающая разыгрывание веры в иммерсивной игре. Если в игре игроки разыгрывают веру в то, что игра является не-игрой, то вне игры игроки начинают разыгрывать веру в то, что не-игра является игрой. Как и в случае с разыгрыванием веры в метасообщение «Это не игра», здесь игроки прекрасно понимали, что террористический акт вовсе не является частью игры, но при этом они решили, что с помощью разыгрывания веры в обратное они смогут решить эту проблему, поскольку игровые практики всегда давали им широкий простор для взаимодействия и творчества. Уже через пару дней активность группы *The Cloudmakers* спала; игроки попросту осознали недостаточность своих сил. Однако факт самой попытки разыграть веру в то, что не-игра могла бы быть игрой, определенно имел место. И это разыгрывание веры в то, что реальность сама может быть игрой, сущностно встроено во всякую игру в альтернативной реальности. Так, МакГонигл показывает это на примере первазивной игры *The Go Game*:

Возможность распространения игрового типа мышления на неигровые ситуации структурно встроена во всякую партию игры в *The Go Game*. Каждая команда получает задания, с неизбежностью приводящие к тому, что игроки начинают принимать «реальных» (неигровых) людей или «реальные» места и объекты за часть игры. Например: «Когда-то сегодня к вам подойдет Говорящий. Говорящим может быть кто угодно, где угодно... все, что мы знаем, — это то, что Говорящий скажет вам что-то. Он может сказать вам все что угодно, и вы узнаете, что это Говорящий, только если начнете нелепо плясать вокруг него...» или «Когда-то сегодня вы найдете

17. Этому кейсу посвящена другая работа МакГонигл: *McGonigal J. This Is Not a Game.*

Таинственный Ключ. Он не будет похож на ключ, но, когда позднее вы встретите в игре запертую дверь, он откроет ее определенным магическим способом. Так что удостоверьтесь, что вы берете с собой все необычные предметы, на которые вы натываетесь во время игры». В силу этой встроенной в игру неопределенности игроки вынуждены применять ко всем и ко всему вокруг игровой образ мысли. Наткнувшись на человека, команда должна заподозрить в нем или в ней подставного агента; обнаружив предмет, команда должна предположить, что это реквизит, который можно было бы креативно использовать. Эти задания требуют от команд, чтобы они постоянно разыгрывали веру, действуя так, как если бы игра была всем, всегда и везде<sup>18</sup>.

Таким образом, когда о геймификации говорят как о стирании границы между игрой и не-игрой, это не должно пониматься так, будто бы игроки, играющие в ARG, потихоньку сходят с ума, путая реальность и вымысел, или, еще хуже, будто бы исследователи видеоигр сами начинают верить в то, что мы все живем в видеоигре, выстраивая утопии в духе «Матрицы». Стирание границы между игрой и не-игрой должно пониматься не как смешение иллюзии и реальности, но как изменение оптик, задающих способы восприятия этой реальности, не как способ данности мира, но как наше усилие по созданию определенного отношения к нему. Тем самым *геймификация оказывается не реальным превращением не-игры в игру, но практикой разыгрывания веры в то, что не-игра может быть игрой.*

Таким образом, я обозначил суть проекта геймификации. Однако я до сих пор оставлял в стороне его цели. Зачем игроки различных ARG разыгрывают веру в то, что не-игра является игрой? Зачем то же самое делают разработчики ARG, считающие, что геймификация различных сфер нашей жизни может принести нам определенную пользу? И в чем эта польза заключается?

### **Геймификация: новый дух капитализма или альтернативная экономика?**

Отвечая на вопрос о целях геймификации, я вынужден сразу оговориться, что однозначного ответа на него нет. Различные теоретики геймификации понимают цели этого проекта по-разному. Общим местом в ответах на этот вопрос служит тот пункт,

18. *Idem*. A Real Little Game.

что геймификация является проектом, направленным на решение ряда проблем, возникающих в связи с капитализацией труда, его эксплуатацией и отчуждением. Но относительно того, как именно должно пониматься это «решение проблем капитализма», возникают разногласия. Левые теоретики видят это решение проблем капитализма в том, что геймификация содержит в себе потенциал преодоления капитализма и организации другой, некапиталистической экономики. Для них решение проблем капитализма равняется устранению самого капитализма. Либеральные же теоретики понимают под «решением проблем» не их устранение вместе с самим капитализмом, но качественное видоизменение менеджеральных практик, позволяющее сохранить *status quo* при незначительных видоизменениях аксиоматики получения прибавочной стоимости.

К антикапиталистическим теориям геймификации можно отнести теорию уже упомянутой Джейн МакГонигл<sup>19</sup>. Так, главной особенностью видеоигр, которую, как считает МакГонигл, необходимо перенести на реальность, встроить в нее, является то, что игры дают игроку наглядную и постоянную обратную связь, они постоянно ведут учет его действий, показывая, с одной стороны, как он изменяет своего персонажа, а с другой стороны, как он изменяет мир вокруг, выполняя игровые задания<sup>20</sup>. Именно эта особенность видеоигр позволяет игроку входить в то состояние, которое психолог Михай Чиксентмихайи называет состоянием потока<sup>21</sup>. Выполняя определенные игровые задания, игрок постоянно может видеть прогресс, которого он достиг, через получение им нового уровня, очков самых разных умений,

19. Здесь нужно уточнить, что сама Джейн МакГонигл отказывается называть себя теоретиком геймификации. Однако анализ ее работ не позволяет никак содержательно отличить ее понятие обыгрывания реальности от понятия геймификации. Ее отказ от термина «геймификация» выглядит в этом свете, скорее, чисто идеологическим ходом: дело в том, что этот термин часто используют именно последователи либерального направления. Поэтому МакГонигл и считает, что термин «геймификация» является упрощением по сравнению с ее теорией «обыгрывания реальности»: с ее точки зрения, термин «геймификация» не выражает те возможности встраивания видеоигр в практики повседневной жизни, которые связаны не с сохранением капиталистической реальности, но с ее преодолением. Поэтому мы склонны рассматривать теорию Джейн МакГонигл именно как теорию геймификации, но отличать ее от откровенно прокапиталистических теорий.

20. *Idem*. *Reality is Broken*. P. 57–60.

21. Именно на этого психолога ссылается МакГонигл: *Ibid*. P. 35.

получение им достижений (*achievements*) и т.д. В результате игрок оказывается полностью захвачен тем, чем он занимается, он не может отделить себя от того опыта, который он переживает, и это приносит ему настоящее счастье. Таким образом, это состояние потока оказывается возможным за счет постоянного осознания игроком своей продуктивности, производительности. Если же результат оказывается оторванным от деятельности индивида, его деятельность начинает казаться ему бессмысленной и он теряет заинтересованность в ее продолжении. Отсюда МакГонигл делает вывод, что как раз этому чувству потока нет места в современном производственном процессе, поскольку работник может даже не осознавать того, что именно он делает, во что именно он вкладывает свои силы, так как продукция, им в конечном итоге производимая, оказывается отдалена от него в пространстве и во времени, и причинно-следственные связи между работником и результатом его труда оказываются непрозрачными. Особенно это верно для отдельного офисного работника в больших корпорациях. Его усилия возвращаются к нему только в форме зарплаты, которая не говорит работнику ничего ни о том, кем стал именно он в процессе труда, ни о том, что он конкретно произвел. Геймификация же должна решить эти проблемы, сделав усилия работника осмысленными.

Но не означает ли это тогда, что главная задача геймификации заключается в разрешении классической для капитализма проблемы отчуждения, обнаруженной еще Марксом? Практики геймификации производственного процесса нацелены на то, чтобы предоставлять работнику результаты и значение его действий, даже если они не очевидны ему сами по себе, что способно снять тяжесть отчуждения человека от результата его труда. Это можно пояснить на примере самых различных практик геймификации. Так, приложение *The Extraordinaries*, о котором рассказывает МакГонигл<sup>22</sup>, мотивирует людей совершать полезную для общества деятельность, результат которой не всегда может быть очевиден, тем, что доставляет ему этот результат. К примеру, одной из миссий, созданных в рамках этого приложения, было спасение жизней людей с большим сердцем с помощью обнаружения, фотографирования и картографирования обнаруженных по всему миру дефибрилляторов (эта практика не распространена в России, но в некоторых странах, например в США, существуют общественные дефибрилляторы, предназначенные для

22. См.: Ibid. P. 249–252.

скорой помощи людям, если с ними вдруг случается сердечный приступ). Обычно для такого важного дела ни у кого нет времени и желания, поскольку результат этого действия никому не очевиден. Однако механика этого приложения работает таким образом, что действия игрока не останутся неучтенными. Он не просто получит за это очки или «бейдж», но в случае, если дефибрилятором, который отметил он, воспользуются, он узнает об этом. Он действительно будет уверен, что спас чью-то жизнь.

Эта «доставка» актору результата его деятельности может мотивировать сильнее, чем денежное вознаграждение. Поэтому такие практики виртуального возвращения работнику результата его усилий могут быть эффективны и для организации производственных процессов. С другой стороны, отчуждение, о котором говорил Маркс, реализуется и как отчуждение работника от самого себя, так как выполнение им полученных заданий не говорит ему ничего о том, кем стал он в результате этого выполнения. Его работа становится лишь способом его выживания, но не его призванием. Практики геймификации позволяют решить эту проблему с помощью использования систем уровней, «бейджей», достижений, почерпнутых из компьютерных игр. Хорошим примером является школа *Quest to Learn*, где ученики вместо оценок получают «бейджи», в которых говорится, что именно они сделали, чего добились, в чем именно они сильны, какие знания они получают и т. д. Таким образом, оценки, которые просто фиксировали бы их достаточную старательность, заменяются на систему учета, которая говорит им о процессе их самосовершенствования, о том, кто такие лично они, причем делает это наглядно и постоянно.

В целом, как утверждает МакГонигл, повсеместное использование таких технологий открывает дорогу для нового вида экономики, экономики «привлечения» (*engagement economy*)<sup>23</sup>, в которой отношения между работодателем и работником организуются не с помощью договора найма, когда работник получает денежное вознаграждение за свой труд, но с помощью оформления работодателем задания, которое необходимо выполнить таким образом, чтобы оно «завлекало», «захватывало» потенциального работника. В таком случае само выполнение задания должно стать наградой для работника. Однако так оформить задание можно только в том случае, если его выполнение будет приносить наиболее сильные эмоции, и поэтому оказывается необходимым

23. См.: Ibid. P. 242–244.



создать то состояние потока, о котором уже говорилось. А поэтому экономика привлечения основывается на использовании механизма постоянной обратной связи, когда исполнителям различных проектов раздаются не материальные награды, а «бейджи» и «уровни», поскольку именно они позволяют дать работникам понять, кто они и что именно они делают. Они дают работникам-игрокам возможность саморазвития и совершенствования. Именно так и работают те проекты краудсорсинга (*crowdsourcing*)<sup>24</sup>, на которые ссылается МакГонигл: с помощью использования вознаграждений, которые выражаются не в деньгах, а в чисто символических единицах, не являющихся формой экономического капитала, но эксплицирующих для самого индивида и его окружающих то, что он сделал, и то, кем он стал. К примеру, именно за счет этих вознаграждений стало возможным мотивировать игроков *Foldit* разбирать и собирать цепочки протеинов<sup>25</sup>.

Здесь важно отметить, что переход к экономике привлечения от экономики найма оказывается необходимым в тех случаях, когда денежная система оплаты труда оказывается невозможной, а это может произойти по двум причинам. Либо денежных ресурсов просто может количественно не хватать на решение определенных задач, либо задачи качественно оказываются таковыми, что деньги перестают быть адекватной формой вознаграждения за их выполнение. И первый, и второй случаи показывают границы возможностей капитала для привлечения рабочей силы. Но особенно интересным оказывается второй случай. Денежная оценка некоторых форм человеческой деятельности сталкивается с проблемой невозможности адекватного количественного подсчета их стоимости. Это происходит, к примеру, в случае нематериального производства — производства услуг, знаний, эмоций. На это несоответствие нематериального производства денежной форме оплаты труда указывают, к примеру, Андрэ Горц<sup>26</sup> и Энцо Руллани<sup>27</sup>. Так, по Марксу, зарплата работника должна

24. См.: Ibid. P. 220.

25. См. статью Евгения Быкова в настоящем номере «Логоса».

26. «Знания, каковы бы они ни были, не могут, в отличие от совокупного общественного труда, быть переведены в абстрактные единицы и измерены с их помощью. Они не сводятся к определенному количеству абстрактного труда как его результат, продукт или эквивалент. Понятие „знания“ охватывает широкий спектр разнородных способностей, способностей, не измеримых общей мерой» (Горц А. Знание, стоимость и капитал. К критике экономики знаний // Логос. 2007. № 4 (61). С. 22).

27. «Затраты на производство знания крайне неопределенны (процесс обучения по природе своей не может исключить случайностей и непредви-

рассчитываться исходя из того количества труда, который был необходим для создания рабочей силы этого работника и остается необходимым для ее воспроизводства. Проблема заключается в том, что *в случае со специфическим человеческим капиталом, необходимым для нематериального производства, количество рабочего времени, потраченного на его образование, рассчитать либо невозможно, либо оно оказывается нерелевантным по отношению к реальной работе работника*: работник может быть обучаем очень долгое время, но так и не произвести качественного знания из-за отсутствия необходимой заинтересованности, а может обучаться небольшое время, но прекрасно работать за счет высокой заинтересованности. Нематериальное производство не может быть спасено от определенной нелинейности и непредсказуемости.

Измерить стоимость труда тем труднее, чем сильнее в нем компонент самоосуществления и самоотдачи, чем в большей степени несравнимый личный характер произведенного труда придает ему стоимость, не исчерпывающуюся меновой<sup>28</sup>.

Поэтому нематериальное производство, с точки зрения того же Горца, к примеру, может вывести экономику за пределы капиталистических отношений и выстроить ее как процесс свободного обмена знаниями и умениями, когда люди свободно кооперируются для решения ими же поставленных целей:

Люди, которые при совместной работе над ими же намеченным проектом свободно координируются и сообразуются друг с другом, склонны стремиться превзойти друг друга. Как в группе фри-джаза, каждый чувствует, что другие вызывают его на соревнование: полнее проявить свои способности, внимательность, внимание применительно к поставленной цели<sup>29</sup>.

Тем самым в таких свободных коллективах вклад каждого измеряется не в деньгах, в которых его измерить невозможно, а в символических единицах получаемого индивидом статуса, отражающих его непосредственное участие в общем соревновании и состязании. Соответственно, геймификация, основываясь на практиках

денностей)» (Рулани Э. Когнитивный капитализм: *dejavu?*// Логос. 2007. № 4 (61). 2007. С. 66), а поэтому неясно, сколько могут стоить рабочая сила и ее воспроизводство, если эту рабочую силу направляют на создание знаний, а не привычных для капитализма материальных товаров.

28. Горц А. Указ соч. С. 25–26.

29. Там же. С. 48–49.

присвоения очков, бейджей и достижений, как раз может стать способом поддержания такой соревновательной кооперации, в которой должен был бы проходить этот свободный от капиталистического принуждения процесс. В рамках геймифицированных краудсорсинговых проектов, о которых уже шла речь, именно такое порождение нематериальных содержаний и регулировалось с помощью соревновательной кооперации игроков. Таким образом, геймификация, как представляется из этой оптики, способна открыть путь некапиталистическим формам экономики, в которых вообще не оказывается места для разделения на работника и работодателя, поскольку каждый, выполняя определенную работу, самым актом этого выполнения уже призывает другого включиться в работу и ответить на вклад первого в общее дело еще более серьезным вкладом. Такая экономика выстраивалась бы на коммунитарных и антикапиталистических идеалах.

Однако возможна ли *реализация* этой способности геймификации или она всегда чревата тем, что реализуемое, реализуясь, оказывается своей собственной противоположностью? Что, если геймифицированная экономика, которая как проект должна была бы стать критикой капитализма, превращается в его разновидность, как только ее пытаются непосредственно реализовать? Такой процесс превращения критики капитализма в его дух был прекрасно описан Болтански и Кьяпелло<sup>30</sup>. Когда капитализм сталкивается с чем-то, что противоречит его основным аксиомам, как это происходит в случае с нематериальным производством, он оказывается способным интернализировать то, что ему противостоит как опасность, и превратить это в свое спасение. И именно в такой интернализации нематериального производства и видят цель капитализма либерально настроенные теоретики геймификации, для которых геймификация прежде всего представляет собой изменение менеджериальных практик согласно запросам современного капитализма, основывающегося на нематериальном труде и гибком производстве. Лагерь либерально настроенных теоретиков геймификации гораздо шире лагеря левых теоретиков. В качестве их представителей можно привести, например, Гейба Зихерманна и Кристофера Каннингема<sup>31</sup> или Кевина Вербаха и Дэна

30. См.: Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма. М.: Новое литературное обозрение, 2011.

31. См.: Zichermann G., Cunningham C. Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2011.

Хантера<sup>32</sup>, которые рассматривают геймификацию именно как способ развития и качественного улучшения работы коммерческой организации в условиях капиталистической экономики.

Причем даже в тех примерах, которые приводит Джейн МакГонигл для защиты своей позиции, часто можно увидеть не возможности выхода за пределы капиталистической экономики, но, напротив, сохранение этой экономики в новых условиях. Возьмем, к примеру, проект *Investigate Your MP's Expenses*<sup>33</sup>. Это проект, который разработала газета *The Guardian*. Целью этой газеты было составить список чрезмерных трат, которые позволяли себе члены британского парламента и которые ложились при этом на плечи налогоплательщиков. Разумеется, результаты исследования должны были стать сенсацией (и они ею и стали), а самой *The Guardian* они сулили огромную выгоду. Однако у самой *The Guardian* было недостаточно сотрудников, чтобы провести исследование в необходимо краткие сроки. В итоге газета смогла найти выход с помощью создания игры *Investigate Your MP's Expenses*. Играя в нее, геймеры проверили все растраты, которые себе позволяли члены британского парламента (необходимые для этого документы им предоставили). Джейн МакГонигл рассматривает эту игру прежде всего в качестве примера того, как геймификация может вызывать и поддерживать гражданский активизм. Но, с другой стороны, — и этому аспекту МакГонигл внимания почему-то не уделяет — *The Guardian* путем использования игры *Investigate Your MP's Expenses* получила огромную прибыль при минимальных затратах. Зачем расширять штат и нанимать новых работников, если можно дать людям игру и они будут выполнять задания за «бейджи» и «новые уровни»? Таким образом, оказывается, что капитализм способен из практик геймификации создать новый способ получения прибавочной стоимости, вначале освободив потоки нематериального производства и затем зарегистрировав их на теле капитала.

В результате использования геймификации с целью капитализации нематериального производства возникают новые техники мобилизации работников, которые Гаральд Вармелинк назвал игровым типом организации<sup>34</sup>, представляющим собой сложный альянс менеджеральных и игровых практик. В рам-

32. Werbach K., Hunter D. *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Philadelphia: Wharton Digital Press, 2012.

33. См.: McGonigal J. *Reality is Broken*. P. 219–224.

34. См.: Warmelink H. *Towards a Playful Organization Ideal-type: Values of a Playful Organizational Culture*// DiGRA '11 — Proceedings of the 2011

ках такого игрового типа организации в целях эффективного менеджмента начинают функционировать некоторые свойственные видеоиграм черты, что позволяет избежать сбоев, которые в современных условиях вызывает классический бюрократический тип организации. Одной из черт такого игрового типа организации является меритократический способ управления, при котором управление командой, работающей над определенным проектом, возлагается не на индивида, занимающего высокое положение в карьерной лестнице, а на того, кто непосредственно обладает навыками и умениями, необходимыми в рамках этого проекта, и проявил в рамках работы над проектом наибольшую заинтересованность и готовность к действию. Именно для меритократической организации управления и необходимы те бейджи и уровни, которые получают работники, мобилизованные для работы над различными проектами. Они позволяют непосредственно понять, кто какими качествами обладает и кто чего достиг в своей трудовой деятельности. Однако важно отметить, что геймифицирующее распределение опыта и бейджей не служит для последующей организации раз и навсегда данной системы уровней, так что в рамках работы над следующим проектом главным может стать тот, кто ранее занимал подчиненное положение. Тем самым меритократический тип управления в организации полностью соответствует сетевому типу работы над проектами, о которых говорят Болтански и Кьяпелло<sup>35</sup>. Работа в сети как раз предполагает постоянную возможность гибкого перестраивания команды, работающей над разными проектами, когда одним проектом должен управлять человек с одними навыками, а другим — с другими, независимо от положения обоих на карьерной лестнице.

С другой стороны, еще одной важной чертой организации игрового типа, которую выделяет Вармелинк, оказывается инструктивность. Последняя, помимо прочего, включает в себя представление о том, что каждый сотрудник должен иметь возможность получить всю релевантную информацию о всех своих сотрудниках. Это реализуется с помощью разделения способностей всех работников на навыки и очки опыта, как если бы они были героями видеоигры, а также через архивирование совокупной информации о том, в каких проектах они участвова-

DiGRA International Conference: Think Design Play. January, 2011. Vol. 6.  
URL: <http://digra.org:8080/Plone/dl/db/11307.09298.pdf>.

35. См.: Болтански Л., Кьяпелло Э. Указ. соч. С. 147–151.

ли, в символических системах «достижений», аналогичных тем, что получают геймеры за выполнение определенных игровых миссий. Вся эта информация передается в совместное пользование сотрудников, реализуя инструктивность в структуре организации. Благодаря этой инструктивности можно с легкостью наладить сетевой принцип организации, предполагающий постоянную возможность коллаборации с необходимыми для реализации проекта сотрудниками. К тому же ведение списков достижений и навыков позволяет выделить то, что Болтански и Кьяпелло называют «большими величинами»<sup>36</sup>: лидеров, с легкостью выдвигающих инновационные идеи, экспертов, дающих рекомендации группам, работающим над отдельными проектами, и т. д. Кроме того, ведение этих списков из бейджей и достижений прекрасно встраивается в идеологию проектного града, регистрируя в символических единицах занятоспособность каждого сотрудника, прирост которой и оказывается в условиях сетевого капитализма основанием для его легитимации<sup>37</sup>. Следовательно, геймификация оказывается одной из составляющих идеологии сетевого капитализма, базирующегося на ценностях коллаборации и инновационности, создание которых МакГонигл также выделяет как главные цели «обыгрывания реальности»<sup>38</sup>.

Таким образом, оказывается, что из возможной критики капитализма геймификация превращается в итоге в способ его же легитимации. Она оказалась лекарством, которое только устраняет *симптомы* капитализма, не устраняя самой болезни. Поэтому она лишь превращает видимые социальные отношения в «захватывающие» (*engaging*) игроподобные взаимодействия, делая невидимой их реальную логику. Поэтому и попытка геймификации «излечить» реальность от капитализма оборачивается лишь попыткой жить вместе с ним, превращая его негативные последствия в совместимые с жизнью формы взаимодействий, но ничего радикальным образом не меняя. Из лекарства геймификация превращается в отраву, она не устраняет проблему, но, наоборот, поддерживает ее глубинное невидимое существование.

Но здесь возникает вопрос: а зачем нужен весь этот критический проект, если в полном соответствии с логикой идеологического цинизма, о котором уже шла речь, сотрудники геймифи-

36. См.: Там же. С. 218–224.

37. См.: Там же. С. 183–184.

38. См.: McGonigal J. Reality is Broken. P. 268–271.

цированных организаций просто могут сказать: «Да, мы знаем, что мы делаем, мы знаем, что все эти игры нужны для того, чтобы эксплуатировать нас, но нам все равно *нравится* в них играть и мы будем в них играть». Разумеется, нельзя обойти тезис Жижек и Бурдьё о том, что идеология — это не просто циничная болтовня, представляющая реальность в искаженном свете, а, скорее, сама реальность, предполагающая определенное незнание индивидами, в ней живущих, логики своих собственных действий<sup>39</sup>. Поэтому простого словесного увещевания и голлословной критики для изменения положения явно недостаточно. Необходимо изменение самих практик.

Здесь становится релевантной идея Полины Хановой<sup>40</sup> о том, как в видеоигре возможно политическое действие. С ее точки зрения, оно возможно за счет уклонения игрока от той логики геймплея, которую вложил в видеоигру ее разработчик. К примеру, в видеоигре *The Elder Scrolls V: Skyrim* ее создатели вложили определенный сюжет, игровые миссии, за прохождение которых игрок получает вознаграждения, опыт и т.д. Однако игрок может намеренно уклоняться от прохождения этих миссий, не давая втянуть себя в этот процесс погони за положительной обратной связью. Тем самым ему открываются новые измерения видеоигры, он может просто наслаждаться ее миром, не думая о необходимости выполнения заданий, и т.п. Если в рамках обычных видеоигр эта идея Хановой кажется проблематичной (нет ничего политического в том, чтобы включить игру и не играть в нее), то в случае с проектом геймификации капитализма эти практики могли бы стать способом включенного нарушения стратегий принуждения и эксплуатации, с которыми встречаются социальные агенты. В случае такого встроенного нарушения индивиды не оказываются вне тех стратегий, в которых социальные институты осуществляют порядки контроля, но внутри них самих обнаруживают лакуны, позволяющие им отправлять практики, нарушающие функционирование больших общественных машин. Учитывая то, что геймификация как раз работает за счет использования людологических практик выполнения миссий, получения уровней и достижений,

39. См.: Жижек С. Указ. соч. С. 28; Бурдьё П. Дух государства: генезис и структура бюрократического поля // Центр гуманитарных технологий. 02.09.2006. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/704>.

40. См.: Ханова П. Фланер, кочевник, партизан: политика недеяния в игровом мире // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2013». М., 2013.

которых и предлагает избегать Полина Ханова для политического действия в видеоигре, ее проект может стать основанием для встроенного нарушения геймифицированной капиталистической эксплуатации, когда социальные агенты, казалось бы, делают все как положено, но в действительности разрушают логику системы изнутри.

О похожих вещах говорит, к примеру, и Эспен Аарсет<sup>41</sup>, когда показывает, что реальный процесс игры не сводится к изучаемым ludologists практикам выполнения заданий, что он не сводится к переходу системы из состояния 1 в состояние 2, положительно оцениваемое игроком (выигрыш), или же в состояние 3, отрицательно оцениваемое игроком (проигрыш). Так, к примеру, в процессе игры игроки думают не только об эффективности своих действий, но и об их эстетической значимости и перформативности, они самими своими игровыми действиями пытаются сказать что-то, чего игра как абстрактно взятая и конкретно реализуемая система правил не предполагала. Как у текста есть свой идеальный читатель, способный раскрыть все предполагаемые текстом смысловые импликации, так и у игры есть свой идеальный игрок, следующий всем правилам игры, как полагается. Но реальный игрок всегда делает нечто большее. Это большее Аарсет назвал трансгрессивной игрой, направленной на то, чтобы заставить игру сказать нечто, совершить нечто, что она изначально не предполагала. Если приложить описываемые Аарсетом способы трансгрессии вложенных в игру процедур к практикам геймификации, окажется, что социальные агенты, управляемые с помощью этих практик, также могут внутри них самих нарушать их логику. При этом здесь важно, что подобные контрдействия будут бессмысленны с точки зрения чисто игровой рациональности, так как они не связаны с достижением успеха и зарабатыванием очков и в этом смысле самой игрой не предполагаются. Возможность таких действий оказывается своеобразной побочной экстерналией, возникающей в видеоиграх как бы помимо логики самой игры. Так, внутри игры открывается простор для политического высказывания, возможного за счет перформативной значимости действий игроков. Пример осуществления такого политического перформативного акта

41. *Aarseth E. I Fought the Law: Transgressive Play and The Implied Player//DiGRA '07—Proceedings of the 2007 DiGRA International Conference: Think Design Play. September 2007. Vol. 4. URL: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/07313.03489.pdf>.*



в компьютерных играх приводит МакГонигл, говоря о том, что механика виртуального мира *Second Life*<sup>42</sup> позволяет игроку «одеть» своего аватара в футболку с политическим высказыванием<sup>43</sup>, переведя в виртуальное пространство сообщение, относящееся к пространству социальному. Но, оказавшись в виртуальном пространстве, это высказывание может обратным ходом повлиять на динамику социальной жизни, если оно будет поддержано множеством других игроков и в итоге приведет к масштабному политическому действию.

Интересные примеры борьбы с капитализацией в видеоиграх с помощью подобных перформативных актов приводят Ник Дайер-Уитерфорд и Грэг де Пейтер в самом начале своей книги «Игры империи: глобальный капитализм и видеоигры». Так, игра *Second Life*, представляющая из себя гибридную массовую многопользовательскую онлайн-игру и социальную сеть, в которой игроки могут создавать своих виртуальных персонажей и вступать с их помощью во взаимодействия с другими игроками, быстро стала площадкой для реализации маркетинговых кампаний различных корпораций. Этим пользуются, к примеру, такие компании, как *Apple, Adidas, Nike, Nissan, Volkswagen, Toyota*. Причем эти компании могут не только размещать рекламу в виртуальном мире *Second Life*, но и создавать в нем виртуальные магазины, в которых игроки могут купить для своих персонажей виртуальные товары, чтобы использовать их в рамках самой игры. Как предполагается, игрок может оценить виртуальный аналог товара в мире игры, прежде чем покупать себе реальный товар. Как бы то ни было, некоторые игроки, посчитав, что капитализация игрового мира *Second Life* противоречит изначальному коммунитарному духу игры, осуществили серию перформативных актов, направленных против этой капитализации. Так, в тот день, когда один из директоров *IBM* присоединился к *Second Life*, предводитель влиятельного в мире игры клана эльфов демонстративно сложил все свои полномочия в знак протеста. Другим знаковым событием для антикапиталистического дви-

42. *Second Life*, конечно, не является прототипическим примером компьютерных онлайн-игр, но она заимствует у них многие их черты, образуя гибридную *MMORPG* и социальных сетей.

43. *McGonigal J.* The High Performance Gameplay Inventory // *DiGRA '05 – Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Think Design Play: Changing Views, Worlds in Play.* 2005. URL: [http://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal\\_the-high-performance-gameplay-inventory\\_june-2005.pdf](http://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal_the-high-performance-gameplay-inventory_june-2005.pdf).

жения в *Second Life* стало то, что партизанская Освободительная Армия (другое внутриигровое сообщество) с помощью ядерного оружия стерла в порошок виртуальный магазин *Reebok*<sup>44</sup>. Таким образом, альянс современного капитализма с видеоиграми может быть использован игроками против капитализма, поскольку интерактивные миры видеоигр всегда оставляют зазор для политического действия<sup>45</sup>. Однако и само это действие может быть впоследствии капитализировано, как, к примеру, образ социалистической революции капитализируется в футболках с изображением Че Гевары, продаваемых по всему миру.

Но тогда оказывается, что геймификация, превратившись из критики капитализма в способ его же легитимации, все еще продолжает содержать в себе возможности для борьбы с ним. Амбивалентность отношений между критикой капитализма и его духом оказывается решающей и в отношении вопроса о критике проекта геймификации. Значение геймификации не может удержаться ни у полюса критики капитализма, ни у полюса его легитимации, поскольку как критика капитализма она дает ему же возможность для его дальнейшего развития, а становясь способом легитимации капитализма, сохраняет в самой себе возможность для его дальнейшей критики, которая, однако, тоже может быть капитализирована, — и так до бесконечности. Тем самым геймификация функционирует так же, как фармакон<sup>46</sup>, как снадобье, которое, оказываясь одновременно и лекарством, и ядом, постоянно рассеивает свой собственный смысл.

Так как же тогда следует относиться к геймификации? На сегодняшний день существует два подхода к геймификации: оптимистический и пессимистический. Оптимистка МакГонигл считает, что геймификация может ни много ни мало спасти всю реальность, залатать трещины на ее теле. Пессимист Ян

44. См. предисловие к: *Dyer-Witheford N., De Peuter G. Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009. P. xi–xiv.

45. Эти политические действия, разумеется, являются не единственным возможным способом использования новых медиа с целью реализации гражданского активизма. К примеру, известна роль социальных медиа в поддержке российского протестного движения в 2012–2013 годах, часто даже говорят о «*Twitter*-революциях». Использование видеоигр в целях политической борьбы является в связи с этим только одним из примеров того, как новые медиа встраиваются в пространство политического.

46. *Деррида Ж. Фармация Платона//Он же. Диссеминация*. Екатеринбург: У-Фактория, 2007.

Богост считает, что проект геймификации сам всегда исходит из неигровых мотивов, преследует цели и отстаивает интересы менеджеров и маркетологов<sup>47</sup>. Именно в этом смысле нужно понимать высказывание Богоста: «Кто будет геймифицировать геймификаторов?»<sup>48</sup> Однако и оптимизм, и пессимизм оказываются недостаточными, если учитывать неоднозначность и амбивалентность смысла геймификации. Если геймификация может быть как духом капитализма, так и его критикой, к геймификации необходимо отнестись *критически*. Критическое отношение к геймификации предполагает, что в случае с каждым конкретным проектом геймификации необходимо определить те *границы*, в которых он все еще сохраняет свою революционную силу, в которых он *возможен* как критика капитализма. Однако это обнаружение условий возможности предполагает также и обнаружение пункта, в котором геймификация превращается уже в легитимацию капитализма, и эти две сферы возможности и невозможности критика и должна быть способна *разграничивать*. Для критического отношения к геймификации несвойственно считать, что «обыгрывание реальности» может эту реальность спасти, поскольку это было бы возможно лишь в ситуации утопии, в которой *и геймификаторы были бы геймифицированы*. Критическое отношение к геймификации рассматривает эту утопию лишь как идеал для стремления, окончательная реализация которого всегда оказывается где-то за горизонтом.

Таким образом, тот способ отношения к геймификации, отстаиваемый мной в данной работе, во многом связан с социально-политическими идеями Жака Деррида, предлагавшего рассматривать экономику дара и возможность экономики, альтернативной капитализму, как некоторую идею, которая в своей реализации всегда оборачивается выстраиванием новой капиталистической экономики, но при этом именно в качестве идеи сохраняет свой революционный потенциал<sup>49</sup>. Так же и я предлагаю рассматривать геймификацию как некоторый проект, содержащий в себе возможности выстраивания альтернативной экономики, но видеть в этом проекте лишь идею, которая всякий раз не может реализоваться в полной мере, оборачиваясь на практике своей собственной противоположностью. В этом

47. Bogost I. Op. cit.

48. См. URL: <https://twitter.com/ibogost/status/323564508339650562>.

49. См.: Derrida J. Given time. I. Counterfeit money. Chicago; L.: The University of Chicago Press, 1992.

и должен заключаться критический подход к проекту геймификации: в каждой конкретной реализации этого проекта необходимо обнаруживать возможности для выхода за пределы капиталистической экономики или по крайней мере для протестного движения против этой экономики, сравнивать данную реализацию геймификации с самой идеей альтернативного экономического порядка и выстраивать новые реализации с целью преодоления зазора между идеей и ее воплощением. Хотя идея «чистой» геймификации, свободной от капиталистического принуждения, так и может навсегда остаться лишь нашим фантазмом, само движение к цели может принести вполне ощутимые политические плоды. Идея, осуществляясь, всегда сохраняет в себе еще и некоторую контросуществляющуюся часть, и именно эта часть позволяет идее сохранять свою революционность даже после провала конкретных проектов ее реализации<sup>50</sup>. Даже если реально имевшие место проекты геймификации и не оправдали наших политических чаяний, геймификация как идея сохраняет в себе призыв к построению нового мира вне экономики капитализма.

---

#### **A Contribution to the Critique of the Gamification Project**

**Alexey Salin.** Postgraduate of the Chair of Ontology and Theory of Knowledge at the Faculty of Philosophy of the Lomonosov Moscow State University. Address: 27–4 Lomonosovsky prospekt, GSP1, 119991 Moscow, Russia. E-mail: alexsalin22@gmail.com.

**Keywords:** gamification; alternate reality games; performing belief; capitalism; alternative economy.

There is no well-defined attitude to the project of gamification in contemporary game studies. This paper aims to critically examine the gamification project in order to shape the attitude that this project would deserve. In order to achieve this aim, the following steps will be made in this paper: first, the technological aspects of gamification will be consid-

ered. The example of different alternate reality games (ARG) will be used to demonstrate how gameplay might mediate the practices of everyday life. In the course of this consideration, a classification of ARG according to the level of the player's immersion in these games will also be proposed. Secondly, this paper will raise the question of how appropriate it is to talk about the deletion of the game/reality boundary in relation to the project of gamification. Considering this problem will allow us to clearly formulate that which defines the action of trying to gamify something. Thirdly, different perspectives on the goals of the project of gamification will be juxtaposed in this paper, namely those of the leftist gamification theorists on the one hand and those of the liberal gamification the-

50. См.: Делёз Ж., Гваттари Ф. Что такое философия? М.: Академический Проект, 2009.

orists on the other hand. This juxtaposition will show the extent to which gamification can be used to maintain capitalism or critique it and build an

alternative economy. This will become the key point in forming a critical position on the project of gamification.

## References

- Aarseth E. J. I Fought the Law: Transgressive Play and The Implied Player. *DiGRA '07 — Proceedings of the 2007 DiGRA International Conference: Think Design Play*, 2007, vol. 4. Available at: <http://digra.org/wp-content/uploads/digital-library/07313.03489.pdf>.
- Bogost I. Gamification is Bullshit. My Position Statement at the Wharton Gamification Symposium. *Bogost.com*, August 8, 2011. Available at: [http://bogost.com/blog/gamification\\_is\\_bullshit/](http://bogost.com/blog/gamification_is_bullshit/).
- Boltanski L., Chiapello E. *Novyi dukh kapitalizma* [Le nouvel esprit du capitalisme], Saint Petersburg, New Literary Observer, 2011.
- Bourdieu P. Dukh gosudarstva: genezis i struktura biurokraticheskogo polia [Esprits d'Etat. Genèse et structure du champ bureaucratique]. *Centre for Human Technologies*, September 2, 2006. Available at: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/704>.
- Deleuze G., Guattari F. *Chto takoe filozofia?* [Qu'est-ce que la philosophie?], Moscow, Akademicheskii Proekt, 2009.
- Derrida J. *Farmatsiia Platona* [La pharmacie de Platon]. *Disseminatsiia* [La Dissémination], Yekaterinburg, U-Faktoriia, 2007.
- Derrida J. *Given Time. I. Counterfeit Money*, Chicago, London, The University of Chicago Press, 1992.
- Dyer-Witheford N., De Peuter G. *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2009.
- Eyles M., Pinchbeck D. Playful Ambience. *DiGRA '11 — Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play*, 2011, vol. 6. Available at: <http://digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11313.00260.pdf>.
- Foster A. Alternate Reality Game Puzzle Design. *Gamasutra*, June 17, 2013. Available at: <http://gamasutra.com/blogs/AdamFoster/20130617/194321/>.
- Gorz A. Znanie, stoimost' i kapital. K kritike ekonomiki znaniia [Knowledge, Value and Capital. Towards a Critique of Knowledge Economy]. *Logos. Filozofsko-literaturnyi zhurnal* [Logos. Philosophical and Literary Journal], 2007, no. 4 (61), pp. 5–63.
- Herodotus. *Istoriia: V 9 kn.* [History: In 9 vols], Leningrad, Nauka, 1972.
- Khanova P. Flaner, kochevnik, partizan: politika nedeianiia v igrovom mire [Flâneur, Nomad, Partisan: Politics of Non-Doing in the Game World]. *Materialy Mezhdunarodnogo molodezhnogo nauchnogo foruma "Lomonosov — 2013"* [Proceedings of International Scientific Youth Forum "Lomonosov — 2013"] (eds A. I. Andreev, A. V. Andriianov, E. A. Antipov, K. K. Andreev, M. V. Chistiakova), Moscow, MAKS Press, 2013.
- Lee E. This Is Not a Game. Lecture at the Game Developers Conference 2002, Convention Center, San Jose, California, March 22, 2002.
- Lobo S. Die Mensch-Maschine: Google macht die Welt zum Spielfeld. *Spiegel Online*, May 28, 2013. Available at: <http://spiegel.de/netzwelt/web/google-ingress-die-ganze-welt-als-spiel-a-902267.html>.
- McGonigal J. "This Is Not a Game": Immersive Aesthetics and Collective Play. *Digital Arts & Culture 2003 Conference Proceedings*, Melbourne, Australia. Available at: <http://janemcgonigal.files.wordpress.com>.

- com/2010/12/mcgonigal-jane-this-is-not-a-game.pdf.
- McGonigal J. A Real Little Game: the Pinocchio Effect in Pervasive Play. *DiGRA '03 — Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up*, 2014, vol. 2. Available at: <http://digra.org/wp-content/uploads/digital-library/05097.11067.pdf>.
- McGonigal J. *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, New York, Penguin, 2011.
- McGonigal J. The High Performance Gameplay Inventory. *DiGRA '05 — Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Think Design Play: Changing Views, Worlds in Play*, 2005. Available at: [http://janemcgonigal\\_files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal\\_the-high-performance-gameplay-inventory\\_june-2005.pdf](http://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal_the-high-performance-gameplay-inventory_june-2005.pdf).
- Rullani E. Kognitivnyi kapitalizm: déjà vu? [Le capitalisme cognitif: du déjà vu?]. *Logos. Filosofsko-literaturnyi zhurnal* [Logos. Philosophical and Literary Journal], 2007, no. 4 (61), pp. 64–69.
- Schell J. Design Outside The Box. G4, February 18, 2010. Available at: <http://g4tv.com/videos/44277/DICE-2010-Design-Outside-the-Box-Presentation/>.
- Warmelink H. Towards a Playful Organization Ideal-type: Values of a Playful Organizational Culture. *DiGRA '11 — Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play*, 2011, vol. 6. Available at: <http://digra.org:8080/Plone/dl/db/11307.09298.pdf>.
- Werbach K., Hunter D. *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*, Philadelphia, Wharton Digital Press, 2012.
- Žižek S. *Vozvyshennyi ob"ekt ideologii* [The Sublime Object of Ideology], Moscow, Khudozhestvennyi zhurnal, 1999.
- Zichermann G., Cunningham C. *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*, Sebastopol, CA, O'Reilly Media, 2011.