



Мизиряк Н.А.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ: МЕМЫ И ФАН-АРТ К ИГРАМ СЕРИИ THE WITCHER 3

Статья посвящена изучению роли и места фанатского творчества в продвижении трансмедийной франшизы. Целью статьи является анализ интерактивной составляющей трансмедийных процессов, включающей визуальное творчество игроков, на примере мемов и фан-арта по играм серии «The Witcher 3». Для этого рассматриваются понятие медиаконвергенции как важной характеристики современных медиапроцессов и особенности технологии трансмедийного повествования, описывающей принципы продвижения одних и тех же идей и сюжетов через разные медиа с целью вовлечения потребителей. Стимуляция интерактивной составляющей — пользовательского тематического творчества — описывается как одна из важнейших технологий популяризации медиафраншизы.

Автор анализирует эмпирический материал, а именно — интернет-мемы и фан-арт посвященные компьютерной игре «The Witcher 3», которая сыграла важную роль в продвижении медиафраншизы «Ведьмак». В результате творческого восприятия этой игры игроками был создан обширный визуальный контент, примеры которого легли в основу эмпирического исследования. Автор проанализировал визуальный контент 4 популярных пабликов, связанных с миром «Ведьмака» в социальной сети ВКонтакте, выделил мемы и фан-арт, посвященные апроприации игрового опыта, и разделил их на тематические группы. Далее автором выделялись смысловые основы и кодовые принципы формирования этих визуальных артефактов, т. е. какие именно элементы и в каком порядке сочетаются для передачи той или иной идеи. Было замечено, что для интерпретации событий игры и включения её героев в общее для пользователей культурное поле используются уже существующие популярные интернет-мемы, привнесенные в изображение. А после того как основные сюжетные доминанты становятся частью культурной среды игроков, визуальный код игры начинает использоваться для интерпретации других виртуальных миров и фактов повседневной реальности.

Автор делает вывод, что тематическое творчество погружает пользователя в обсуждение «цепляющих» элементов сюжета, является базой для социальных отношений («лайков», «репостов», обсуждений) и формирования коллективной идентичности «тех, кто понимает» соответствующий юмор. Сюжеты и персонажи «The Witcher 3» обогащают общую базу интернет-мемов, вводят в виртуальный оборот новые образы и возможности для интерпретаций социальных событий, например, маркирования «чудовищ», подлежащих уничтожению

в оффлайне. Это позволяет элементам медиафраншизы перешагнуть границы игры и стать частью культуры, медиареальности и повседневной жизни, задавать акценты восприятия тех или иных событий и социальных фактов в массовом сознании. Кроме того, трансляция тематических мемов и фан-арта увеличивает популярность всех медиаканалов, которые продвигают пользовательское творчество (группы в социальных сетях, тематические подборки мемов и фан-арта, личные страницы художников) и франшизы «Ведьмака» в целом.

Благодарность: авторы выражают благодарность АНО ЭИСИ*.

Ключевые слова: медиаконвергенция, трансмедиация, визуальная социология, мемы, фан-арт.

NADEZHDA A. MIZIRYAK

COMPUTER GAMES IN A FRAME OF MEDIA CONVERGENCE: MEMES AND FAN ART INSPIRED BY THE WITCHER 3 GAMES SERIES

The article is devoted to the study of the role and place of fan creativity in the promotion of a transmedia franchise. The main topic of the article is the analysis of the interactive component of transmedia processes, which includes the artefacts of gamers' creativity — memes and fan-art devoted to the games of «The Witcher 3» series. The author considers the concept of media convergence, an important characteristic of modern media processes and features of transmedia storytelling technology, which describes the principles of promoting the same ideas and stories through different media in order to engage consumers. The stimulation of interactive component, especially user thematic creativity, describes one of the most important technologies for promoting a media franchise.

The author refers to the computer game The Witcher 3, which played an important role in promoting the Witcher media franchise. It have spawned a multiple visual user-generated content (internet memes and fan art), which samples are analyzed in the article. The author analyzed the visual content of 4 popular publics related to the world of The Witcher on the social network «VKontakte», identified memes and fan art dedicated to the appropriation of gaming experience, and divided them into thematic groups. Then the author highlighted the semantic foundations and code principles of formation of these visual artifacts, namely, which elements and in what order are combined to convey the idea.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке АНО «Экспертного института социальных исследований» (ЭИСИ), проект «Игровые технологии вовлечения и убеждения в политических и гражданских коммуникациях в современной России» (№ 1022061700190–3-5.6.1).

To interpret the events of the game and include its characters in the common cultural field, gamers brought into the image popular Internet memes. And after the main plot have already become the part of the cultural environment, the visual code of the game begins to interpret other virtual worlds and the facts of everyday life. The author concludes that such creativity immerses users in the discussion about the “catchy” elements of the plot, and forms the basis for social relations and collective identity. The plots and characters of «The Witcher 3» enrich the general database of Internet memes and introduce to users new images and possibilities for interpreting social events, for example, marking “monsters” that need to be destroyed offline. It allows the elements of the media franchise to transcend the boundaries of the game and become the part of the culture, media reality and everyday life. It contributes to the intensities of perception of certain events and social facts in the mass consciousness. In addition the popularity of all media channels that promote user creativity (groups on social networks, thematic collections of memes and fan art, personal pages of artists) and the Witcher franchise are growing.

Gratitude: The work was supported by “Expert institute of social research” (EISR), scientific project “Gaming technologies of involvement and conviction in political and civil communications in modern Russia” (№ 1022061700190–3-5.6.1).

Keywords: media convergence, transmediation, visual sociology, memes, fan art.

Взаимодействия разных акторов вокруг и по поводу компьютерных игр представляют собой интересный объект исследования для социолога, поскольку эти взаимодействия воплощают и показывают социальные эффекты игр. Тематическое творчество игроков, возможное благодаря интерактивности новых медиа, создает базис для социальных и интеллектуальных отношений в игровых сообществах, порождает обсуждения, ретрансляцию. В этой статье внимание сфокусировано на том, как создаются и используются игровые мемы, «питающиеся» содержанием игры «The Witcher 3: The Wild Hunt» и её дополнений «The Witcher 3: Hearts of Stone», «The Witcher 3: Blood and Wine» вышедших в 2015–2016 годах, и по сей день входящих в топ 30 лучших компьютерных игр десятилетия*. Внимание к этой серии игр обусловлено не только трансмедийностью самого мира «Ведьмака», имеющего

* Согласно данным таких известных игровых сервисов как Igromania [URL] www.igromania.ru/games/pc/all/all/all/0/3/; Medusa [URL] medusa.io/slides/25-luchshih-videoigr-desyatiletija; MMO13 [URL] <https://mmo13.ru/games/top/platform-10-PC> и др. (дата обращения 9.02.2022)

богатое наследие, но и исключительной плодovitостью фанатского творчества, вдохновленного играми серии *The Witcher*.

Цель данной статьи — рассмотреть, как игроками реализуется интерактивная составляющая трансмедийных процессов, в результате чего образы из игр серии *The Witcher* воспринимаются и используются для социальных взаимодействий по поводу игры и за ее пределами. Для этого мы рассмотрим понятия медиаконвергенции и технологии трансмедиа, выделим роль и место фанатского творчества. Далее мы обратимся к компьютерной игре «*The Witcher 3: Wild Hunt*» как одной важнейших частей медиафраншизы, и мемам и фан-арту, питающимся её содержанием. Анализ такого пользовательского контента позволит выявить причины и цели его возникновения, а так же социальную роль и функции который он выполняет. Эмпирическими данными являются мемы, появляющиеся начиная с выхода игры «*The Witcher 3: Wild Hunt*» и её дополнений (май 2015-май 2016) и по настоящий день, взятые из тематических сообществ социальной сети «ВКонтакте».

Теории медиаконвергенции и трансмедиа

В последнее десятилетие учеными, работающими в области социальных и гуманитарных наук, фиксируется рост популярности различных фэнтези-миров, в том числе мира «Ведьмака». Такая тенденция вызвана как медийными, так и социальными причинами. Медийная причина — это специфика современного этапа развития медиа, характеризующегося процессами медиаконвергенции и трансмедийности. Медиаконвергенция — это процесс слияния различных медийных форм. Исследователь этого процесса Генри Дженкинс пишет, «каждый медиум делает то, что у него получается лучше всего, чтобы история могла быть представлена в фильме, расширена с помощью телевидения, романов и комиксов, а ее мир мог бы быть изучен и исследован в ходе игрового процесса» (Jenkins 2003). Если в начале XX века фэнтези-романы печатались только на страницах книг, то теперь по мотивам литературных произведений создаются целые тематические миры, объединяющие комиксы, песни, художественные фильмы, сериалы и компьютерные игры. Исследователь Т. А. Фетисова пишет, что шаг к играм имеет особое значение, поскольку «виртуальная реальность предоставляет возможность не только увидеть выдуманный мир, но и стать участником происходящих там событий» (Фетисова 2017, 182).

Теория медиаконвергенции опирается, с одной стороны, на разработки теории интертекстуальности (М. М. Бахтин, Ю. Кристева, Р. Барт и др.), говорящей о том, что любой сюжет является результатом диалога множества других текстов; теорию «мультимодальности» (Г. Кресс и Т. Ван Лиувен (Kress 2001), Е. Вентола, С. Кассил, М. Калтенбачер (Ventola 2004) и др.), акцентирующей внимание на использовании нескольких средств передачи информации для создания единого культурного артефакта. С другой стороны, на разработки медиатехнологов, а именно идеи И. де Сола Пула, писавшего о конвергенции как размывании границ разных медиа (Pool 1983); мысль М. Маклюэна об «имплозии» (взрыве, или сжатии, вовнутрь), при которой мир становится глобальным, существование каждой части связывается с существованием других частей, а центр и иерархия исчезают (Маклюэн 2003, 8).

Выделяют несколько типов медиаконвергенции (Ryan 2014, 27–30). Первый тип — конвергенция-адаптация, когда одно произведение представляет тот же самый сюжетный мир, что и другие. Второй тип — конвергенция-расширение, когда следующее произведение добавляет к предыдущему не представленные ранее элементы. Третий тип — конвергенция-модификация, когда одно произведение добавляет новые элементы, которые затрудняют определение первоисточника среди созданных историй или, как говорят, «одной вселенной». При этом, по мнению Г. Дженкинса, «каждая запись франшизы должна быть достаточно автономной, чтобы обеспечить автономное потребление. То есть вам не нужно смотреть фильм, чтобы наслаждаться компьютерной игрой, и наоборот» (Jenkins 2003). Таким образом, теория медиаконвергенции описывает современное состояние информационной среды, когда традиционные и новые медиа, профессионалы и непрофессионалы обращаются к одному и тому же популярному произведению, создавая общую тематическую вселенную.

Понятие «трансмедиа» характеризует технологию продвижения одних и тех же идей и сюжетов через разные медиа. Благодаря теории трансмедиа можно говорить о технологии трансмедийного повествования (*transmedia storytelling*), то есть о процессе, при котором фрагменты информации как «истории» доставляются аудитории по различным каналам с целью целостного ее представления или рекламирования самих каналов, вовлечения потребителей в бесконечный просмотр, прослушивание и прочтение (Лазченко 2017, 136–137). Карлос Сколари определяет *transmedia storytelling* (TS) как «особую нарративную структуру, которая распространяется посредством разных языков

(слова, изображения и т. д.) и через разные медиа (кино, комиксы, телевидение, видеоигры и т. д.)» (Scolari 2009, 587). Благодаря такой технологии любой проект может быть преобразован в медиафраншизу (линейку медиапродукции, состоящую из оригинального произведения и его производных). TS — это не просто копирование и адаптация истории для другого носителя, это создание множества историй, углубляющих и дополняющих основной сюжет, причем каждый медиум вносит свой вклад в построение общего мира. С точки зрения потребителей, TS способствует интерпретации разных дискурсов, передающих историю по разным медиа. Исследователь М. Л. Райан рассматривает повествование как «когнитивную конструкцию или мысленный образ, построенный интерпретатором в ответ на текст» (Ryan 2004, 8). Это говорит о том, что в TS роль реципиента является важнейшей для повествовательной интерпретации.

В настоящее время TS является одной из наиболее распространенных стратегий медиакорпораций, поскольку позволяет расширять аудиторию благодаря созданию разных точек входа для разных ее сегментов (Jenkins 2007). Разные медиаплатформы функционируют горизонтально по отношению друг к другу: если запуск какого-либо проекта оказался удачным, то он оказывается на всех платформах и охватывает максимум аудитории. TS позволяет включать в медиаиндустрию и результаты стихийно организованных фанатских практик с целью рекламы и умножения прибыли от основного медиапродукта. Более того, исследователи Р. Гамбарато и М.Фримен утверждают, что «при изучении TS следует делать акцент на формировании пользовательского опыта» (Gambarato 2019, 264–265), поскольку он становится структурообразующим и удовлетворяет аффективные потребности фанатов. Исследователь Н. Ф. Пономарев выделяет три составляющих трансмедийной вселенной: «канон» (контролируемая медиапродюсером оригинальная версия трансмедийной вселенной из авторизованных медиапродуктов); «апокриф» (расширенная авторизованная версия оригинальной вселенной, включая побочные продукты, альтернативные и второстепенные истории); «фанон» (неавторизованная фанатская интерпретация оригинальной вселенной, создаваемая активными медиа-юзерами в таких форматах, как фанфикшн, фанкино, косплей, флешмоб) (Пonomарев 2019, 137). Так, с выходом нового сезона сериала «Ведьмак» от Netflix возрождается интерес к компьютерным играм и книгам фантазийной вселенной Ведьмака, появляются новые артефакты фан-арта и интернет-мемов, заново актуализирующих соответствующую тематику.

Благодаря компьютерным и интернет-технологиям любой пользователь может дополнять тематический контент своими интерпретациями, развитием сюжетных линий и персонажей в любительских произведениях (создавать фан-арт, фанфики, мемы и т. д.). Это явление описывается понятием *user generated content* (UGR), означающим различное информационно-значимое содержимое носителей информации, создаваемое читателями (потребителями). Такой пользовательский контент, опубликованный на общедоступном сайте или в социальных сетях, как замечает журналист В. А. Тулисова, является продуктом аудитории, созданном «на волонтерских началах», а не с целью получения прибыли (Тулисова 2017, 228–244). Такой контент выступает основой для социальных и интеллектуальных отношений, складывающихся вокруг компьютерных игр, генерирует новые смыслы и интерпретации социальной реальности. Как именно это происходит, мы рассмотрим ниже на примере мемов игрового мира *The Witcher 3: Wild Hunt*.

Фан-арт — это создание фанатами собственных артефактов на основе оригинального произведения, являющегося объектом поклонения (Соколова 2010, 114). Некоторые исследователи (Четина 2015, 95–104.) рассматривают фан-арт как проявление любого фанатского творчества, в том числе — литературного (фанфикшн). Однако чаще «фан-арт» употребляется для указания на статичный визуальный контент: рисунки, комиксы, мемы. Фан-арт предполагает не только использование персонажей и событий мира оригинального произведения, но и их творческую модификацию: фанатами-авторами могут вводиться новые события, персонажи, неожиданные финалы, разрабатываться второстепенные сюжетные линии, придумываться пародии и создаваться кроссоверы (переплетение нескольких произведений). По мнению исследователя киберкультуры Н. Л. Соколовой, фан-арт является феноменом культуры «новых» медиа и «вписывается в ту тенденцию развития “сетевой” креативности — любительской журналистики, “народной кинокритики”, “народного перевода” и др., — которая стала возможной с утверждением культурной парадигмы *Web 2.0*» (Соколова 2010, 116).

Новые технологии позволяют совершать интервенцию в текст и переделывать его, становиться соавтором. Так, например, создаются интернет-мемы, позволяющие комбинировать на общем «фоне» разных персонажей и снабжать это юмористическими подписями. Важнейшие черты интернет-мема — его острая актуальность и узнаваемость для сообщества, породившего его. Социолог Н. А. Зиновьева замечает, что

«создавая и передавая мемы, пользователь реконструирует и транслирует в Интернет-сообщество свое миропонимание, тем самым делая его публичным, укрепляя соответствующие позиции у других пользователей... обмен мемами воздействует на формирование и дополнение социальной и индивидуальной картины мира... Практика обмена мемами внутри сообщества укрепляет отношения внутри группы, увеличивает групповой и личный социальный капитал» (Зиновьева 2015, 195). Таким образом, тематические мемы позволяют проявиться творчеству фанатов, найти отклик среди других «своих», получить социальное одобрение. Кроме того, благодаря юмору мемы могут незаметно распространять модели восприятия из игры на офлайн-реальность.

Мемы и фан-арт входят в массив пользовательского контента и становятся частью трансмедийного повествования (TS). И хотя эти артефакты формально не являются частью медиафраншизы, они расширяют понимание и добавляют новые трактовки основного сюжета, а также невольно продолжают рекламную кампанию и создают базу для обсуждения и социальных отношений.

Медиафраншиза «Ведмак»

По принципу медиаконвергенции развивается и фэнтези-мир «Ведмака». Этот мир весьма обширен: помимо книг и компьютерных игр в него входят сериалы-экранизации*, карточная игра «Гвинт»**, комиксы***, песни****, рок-опера и фэнтези-мюзикл*****. Компьютерные игры серии «Ведмак» (2007–2016) являются продолжением «Саги

* «Ведмак» (2002) — польский телесериал, состоящий из 13 серий, являющийся экранизацией рассказов А. Сапковского из сборников «Последнее желание» и «Меч Предназначения», входящих в цикл «Ведмак». «Ведмак» (2019-наст.вр.) — сериал производства Netflix inc., 2 сезона по 8 серий.

** «Гвинт: Ведмак. Карточная игра» (2018) — коллекционная карточная игра для Microsoft Windows, PlayStation 4 и Xbox One. «Гвинт» является производной одноименной карточной игры, фигурирующей в романе А. Сапковского цикла «Ведмак», и мини-игры из компьютерной игры The Witcher 3: Wild Hunt.

*** См., например: «Ведмак: Стекланный дом» // Pikabu. URL: https://pikabu.ru/story/vedmak_steklyannyiy_dom_pervyy_ofitsialnyiy_komiks_po_vselennoy_the_witcher_2110999 (дата обращения 13.01.2022)

**** См., например: «Посвящение Каэр Морхену», «Неспетая баллада Лютика» Тэм Гринхилл; «Ведмак-Блюз» Ю. Сидоряка; Геральт и Йеннифер» Князя и Династии и др.

***** «Дорога без возврата» (2009) — российская фэнтези-рок-опера группы «ESSE» по мотивам «Саги о «ведмаке» А. Сапковского. На основе рок-оперы поставлен одноименный фэнтези-мюзикл.

о ведьмаке» А. Сапковского. Сюжет игры разворачивается в том же фэнтези-мире, однако действие происходит после событий, описанных в саге. Благодаря этому, персонажи, встречающиеся в игре, старше, чем на страницах книг, и могут обладать новыми характеристиками. События игры продолжают, дополняют и расширяют сюжет книг.

Исследователи жанра фэнтези полагают, что его популярность связана с тем, что «фантастическое» способствует раскрытию способности человека удивляться, получать удовольствие от возможности воображать и с помощью воображения выходить далеко за пределы своей экзистенциальной «заброшенности» (Трушникова 2007, 88). Геймификация фэнтези-историй дает возможность создавать иллюзию обитания вымышленного мира, а так же сопричастности игрока к разворачивающимся событиям. Исследователь С. В. Миловидов отмечает, что благодаря игре «трансмедийный опыт находится как во времени (по отношению к предыдущим и будущим встречам с вымышленным миром), так и в пространстве и в теле пользователя, который вовлечен в процесс сенсорно, интеллектуально и эмоционально» (Миловидов 2021, 40). В случае компьютерных игр серии «Ведьмак» это проявляется в элементах интерактивности: действия и ответы игрока могут влиять на развитие сюжета. Ощутимые последствия выборов в игре могут научить человека быть ответственным и в его собственной жизни. Кроме того, у игрока есть возможность увидеть последствия своих действий, что не всегда доступно в неигровой реальности. Предпринимались даже попытки экспериментально исследовать и измерить воздействие игры «The Witcher 3: Wild Hunt» на интернальность игроков (Тимофеев 2021, 46–55).

Вокруг компьютерных игр серии «Ведьмак» сформировались сообщества поклонников, среди которых есть ролевики, косплейщики, авторы фанфиков, тематических фотосессий, фан-артов и мемов. Фан-клуб чрезвычайно плодovit на сообщества в социальных сетях, где и размещается тематическое творчество. Только в социальной сети ВКонтакте на настоящий момент 1206 сообществ посвященных миру «Ведьмака». Наиболее популярной из игр серии «Ведьмак» в настоящее время является компьютерная игра «The Witcher 3: Wild Hunt» (CD Project RED, 2015). Действие игры происходит в вымышленном мире, похожем на средневековую Европу, но с присутствием магии, нелюдей (эльфов, краснолюдов, гномов и др.) и различных монстров. Главный герой — Геральт из Ривии, ведьмак, профессиональный охотник на чудовищ, оказавшийся в гуще событий кровопролитной войны. Игра включает не только тактико-боевые аспекты, но коммуникативные

(необходимость разговаривать и выстраивать отношения с различными персонажами в игре) и морально-нравственные (необходимость делать выбор между альтернативами, влияющими на сюжет игры).

События игры создают зоны напряжения: затруднения, противоречивые мысли, сильные эмоции, которые требуют выхода и обсуждения. Одним из возможных способов снятия такого напряжения является творчество, а именно создание текстов (фанфиков) и изображений (рисунков, комиксов, мемов) по мотивам событий в игре. Благодаря существованию сообществ игроки могут разделить свое творчество с другими поклонниками игры. События, шутки и особенности персонажей игры кристаллизуются в отдельных фразах или визуальных образах, становясь популярными игровыми мемами. К ним можно причислить мемы, связанные с игровой реальностью и бытующие (трансформирующиеся, транслирующиеся) в Интернете. Правильное понимание игрового мема маркирует члена игрового сообщества, так как задействует общий для игроков культурный фон. Изучая игровые мемы, можно сделать вывод о том, что «цепляет» игроков, что вызывает затруднение, восхищение, шок или приносит удовольствие.

Разновидности фан-арта и мемов, вдохновленных игрой The Witcher 3: Wild Hunt

Для анализа фан-арта и мемов, созданных по мотивам игры The Witcher 3: Wild Hunt, был взят визуальный контент четырех популярных пабликов социальной сети «ВКонтакте», посвященных игровому миру «Ведьмака»: «Ведьмак»* (131540 участников), «Ведьмак»** (107188 подписчиков), «Ведьмак»*** (85812 участников), «Ведьмак | The Witcher | Ведьмак 2 | Ведьмак 3»**** (22461 участник). Из визуального контента каждого паблика отбирались мемы и фан-арт, опубликованные не ранее мая 2015 года (времени выхода игры в широкий прокат). Общее количество составило 310 неповторяющихся изображений (Таблица 1). Изображения были сгруппированы по общим темам. Единичные изображения не учитывались.

* Ведьмак. Официальное сообщество серии игр «Ведьмак». URL : <https://vk.com/cdpred> (дата обращения 9.02.2022)

** Ведьмак URL: <https://vk.com/witcherworld> (дата обращения 9.02.2022)

*** Ведьмак URL: https://vk.com/the_witcher_tv (дата обращения 9.02.2022)

**** Ведьмак | The Witcher | Ведьмак 2 | Ведьмак 3 URL: <https://vk.com/thewitcherworld> (дата обращения 9.02.2022)

Таблица 1. Распределение наиболее популярных игровых мемов и фан-арта по темам

Тема	Количество
Интерпретация игры The Witcher 3 через уже существующие мемы.	98
Собственные игровые мемы	84
Арт-мемы	26
Мемы и фан-арт с привнесением персонажей из «Ведьмака» в другие миры с их перекодировкой	54
Интерпретация с помощью игровых мемов событий неигровой реальности	48

Игровые интернет-мемы по игре The Witcher 3 можно разделить на несколько тем:

1) Интерпретация игры The Witcher 3 через уже существующие мемы. Изображения, взятые из игры, соединяются с популярными интернет-мемами, соответствующими эмоциональному состоянию героя. Или игровые мемы заимствуют у популярных неигровых мемов фон, структуру, общую идею. Ключевой персонаж популярного мема подменяется сюжетом или персонажем из «Ведьмака». Среди таких мем-основ можно назвать мемы по мотивам фильма «Сияние», «50 оттенков серого», мемы о суровом отце и др. Такие мемы вводят специфический игровой фан-арт в интернет-дискурс. Для примера приведем популярный мем, известный как «мужик с песком» (Рис. 1), использующийся интернет-аудиторией для обозначения безысходности, грусти или отчаяния. С помощью графического редактора вместо лиц горящего человека были вставлены лица персонажей игры, участвующих в непростых морально-нравственных метаниях ведьмака, а также сам Геральт. Мем, с одной стороны, демонстрирует тяжесть выбора и отчаяние ведьмака (и всех трех основных женских персонажей), а с другой стороны, отсылает к корпусу подобных мемов, где поводами для безысходности были весьма незначительные события («мелочь рассыпал»), — что превращает горе в фарс.



Рис. 1. Мем «Ведьмак с песком»

2) Собственные игровые мемы, использующие наиболее интересные, смешные идеи из «Ведьмака», отсылающие к специфике игрового мира. Юмор выполняет не только развлекательную, но и объединяющую функцию. Анализ этих мемов и фан-арта позволяет сказать, какие темы обсуждаются в сообществе, что эмоционально «цепляет» в игре, например:

— Мемы, обыгрывающие юмористические или часто повторяющиеся фразы из игры: «Ненавижу порталы!», «Никак вы не научитесь!», «Время кадрить мамзелей» и др. Эти фразы, ставшие мемами внутри игры, начинают самостоятельно существовать в мемах, однако наибольшую реакцию они вызывают именно у игроков, ассоциирующих их с игрой.

— Мемы, связанные с лошадью Ведьмака, Плотвой, которая всегда появляется в неожиданных местах, что создает юмористический эффект. Фраза «Шевелись, Плотва!», относящаяся к любому виду движения, стала текстовым мемом, вышедшим за границы игрового сообщества.

— Мемы, связанные с любвеобильностью Геральта, его любовью к двум волшебницам и большой популярностью у женских персонажей. Возможность соблазнять и завязывать любовные отношения является одной из привлекательных особенностей игры. Сложный выбор между двумя возлюбленными порождает обсуждения среди игроков, в том числе через мемы и фан-арт.

— Мемы, основанные на увлечении Геральта карточной игрой Гвинт. Она была создана разработчиками специально для The Witcher 3: Wild Hunt, а после вышла как самостоятельная карточная компьютерная игра. Ведьмак настолько увлечен ею, что забывает обо всём остальном.

И это обыгрывается в фан-арте как лучшая мотивация для Геральта, как то, что способно его даже воскресить из мертвых.

— Мемы, иллюстрирующие проблемы, связанные с компьютерным обеспечением: «баги» игры, связанные с ошибками работы компьютера («застревание» героев в текстурах, изменение, «стекание» лиц и т. п.); а также — высокие системные требования игры.

3) Арт-мемы — мемы, содержащие арт-контент, в основе которых лежит апроприация канонического художественного наследия с последующей деконструкцией его семантики и художественно-образного строя (Сапанжа 2017, 34–37), представляющие знаменитые произведения искусства в исполнении героев «Ведьмака». Арт-мемы являются актуальной художественной практикой, претендующей на самостоятельное значение и генерирование новых смыслов в современном культурном пространстве. Встраивание персонажей «Ведьмака» в классические произведения искусства обогащает и ту, и другую стороны, позволяет реципиенту увидеть явные и неявные сходства сюжета или героев и благодаря этому расширить понимание и арт-объекта, и игры. В данном примере (рис. 2) ведьмак Геральт «взламывает» код картины Гранта Вуда «Американская готика» (1930).

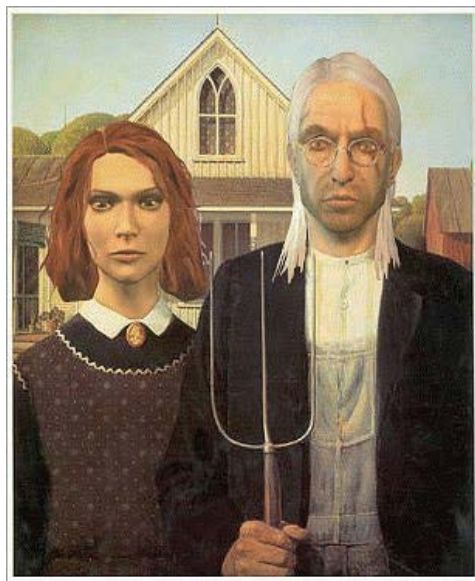


Рис 2. Арт-мем

4) Мемы и фан-арт с привнесением персонажей из «Ведьмака» в другие миры. Компьютерные игры, в особенности ролевые, создают миры значений, где действуют свои правила, ценности, способы оценки добра и зла, что в совокупности создает уникальный культурный код внутри игры. Код культуры можно представить как «сетку», которую культура «набрасывает» на окружающий мир, тем самым структурируя и оценивая его (Красных 2002, 232). Игроки, включенные в культурный код определенной игры, могут использовать его для перекодировки и переинтерпретации событий других культурных миров (книг, фильмов, других компьютерных игр). Мемы, созданные по мотивам игры, сохраняют связь с ее культурным кодом и, появляясь в других контекстах, совершают экспансию, перекодировав новый «фон». В этом смысле мемы и фан-арт по «Ведьмаку» очень показательны. Например, центральной темой популярной саги «Сумерки» является противостояние вампиров и оборотней, чьи образы романтизируются. Вселенная «Ведьмака» перекодирует это, создавая мемы, где ведьмак Геральт, охотник на чудовищ, убивает главных героев романтической саги «Сумерки». Та же участь ждет волшебников, героев книг «Гарри Поттер», магистра Йоду из «Звездных войн», Шрэка (рис. 3) и других. Существуют и «добрые» арт-кроссоверы, где Геральт встречается с персонажами других фэнтезийных миров («Игра престолов») или аниме («One Punch Man»), других компьютерных игр на равных условиях. Они вместе сидят в таверне, обмениваются опытом, общаются или борются со злом.



Рис 3. Кроссовер

Отдельного внимания заслуживают новые арт-кроссоверы (январь 2022, художник konhis), совмещающие образ ведьмака Геральда с персонажем из мультипликационно-игрового телефильма «Остров сокровищ» (Киевнаучфильм, 1988) — доктором Ливси. В данном случае вторжение и перекодировку осуществляет именно образ доктора Ливси со своей узнаваемой улыбкой, а «Ведьмак» становится преобразуемым «фоном». Художественно обыгрывается неуязвимость, невозмутимость и специфический юмор ведьмака Геральта.

5) Интерпретация с помощью игровых мемов событий неигровой реальности. Обыгрывается призвание ведьмака — убивать монстров. Следовательно, ведьмак «вызывается» для уничтожения всего, что маркируется как «монстр», «чудовище». Например, мем «Паук в ванной. Это работа для ведьмака». Геральта вставляют в изображения рядом с геями, трансвеститами, жертвами пластических операций, а также с людьми, одетыми для костюмированных вечеринок на Хеллоуин. Интерпретируются и события, важные для христианской культуры в целом: «Христос воскрес!» — говорят Геральту, поздравляя с праздником Пасхи. «Хорошо, я решу вашу проблему», — отвечает ведьмак, перекодировав библейский сюжет в источник работы для охотника на нежить. В последнем примере изображение ведьмака Геральта интегрируется в реальный мир, его помещают на фотографию автобусной остановки, обильно заклеенной объявлениями. Ведьмак, как и в игре на доске объявлений, якобы ищет работу.

Таким образом, не только фанат погружается в игровой мир всеми органами чувств, но и ведьмак «вытаскивается» в нашу реальность, а игровой мир становится частью повседневного. Совмещение повседневного и игрового контекстов на одном изображении реализует мечту фанатов о расширении фэнтезийного мира игры, полного захватывающих приключении, до размеров реального мира.

Роль игровых мемов и фан-арта в формировании единой медиареальности

Компьютерные игры расширяют произведение, созданное для другого медиума, за счет трансмедийного повествования до успешной медиафраншизы, позволяя игроку принять прямое участие в событиях вымышленного мира. Интерактивность в условиях трансмедийности реализуется в том числе благодаря созданию и трансляции пользователями собственного контента по мотивам полюбившегося игрового мира. Подобные визуальные артефакты (мемы, фан-арт) входят в трансмедийное

повествование на правах фанатского контента, несущего спектр интерпретаций основного сюжета игры или произведений медиафраншизы в целом. Они погружают пользователя в обсуждение «цепляющих» элементов сюжета и являются базой для формирования социальных отношений — социальных «поглаживаний» (лайков, репостов), маркирования «своих», создают возможность личной коммуникации. Кроме того, сюжеты и персонажи популярных компьютерных игр обогащают общую базу мемов, вводят в виртуальный оборот новые образы и возможности для интерпретаций социальных событий. Таким образом, благодаря творчеству игроков, компьютерные игры становятся частью интернет-культуры и повседневной реальности.

Пример игры *The Witcher 3: Wild Hunt* позволяет исследовать рецепцию и интерпретацию образов игры в медиареальности: волнующие образы извлекаются из оригинального произведения и используются для создания собственного пользовательского околоигрового контента. Игровые мемы генерируются, во-первых, благодаря обращению к уже существующим сюжетам или популярным мемам, что позволяет интерпретировать игровой мир в образах, привычных пользователю. А во-вторых, благодаря разработке и тиражированию изображений, фраз и сюжетов, взятых из игры. Тематические мемы и фан-арт востребованы среди игроков, поскольку позволяют обсуждать интригующие игровые темы и интерпретировать другие культурные миры и повседневную реальность в контексте мира «Ведьмака». Создание арт-мемов вводит персонажей *The Witcher 3* в мировую художественную культуру, обогащая и игру, и произведения искусства новыми интерпретациями. Творчество игроков расширяет границы мира компьютерной игры, и позволяет пользователям в некотором смысле продолжать играть в нее, даже после прекращения игрового процесса — особенно благодаря привнесению героя-ведьмака в сюжеты повседневной реальности. Игровые мемы и фан-арт популярны среди игроков, поскольку позволяют ощутить коллективную идентичность, творчески обсуждать различные волнующие моменты игры, а также высказывать мнение об общественных событиях. Благодаря медиаконвергенции такой пользовательский контент становится неотъемлемой частью общего повествования о ведьмаке, значимой не менее чем оригинальный текст. Интерактивная творческая реакция игроков позволяет оживить Геральта, ввести его в различные культурные контексты, что становится привлекательным также и для различных медиатехнологов, заботящихся об успехе медиафраншизы в целом. Это приводит к стимуляции творчества игроков путем проведения различных творческих конкурсов, а также к созданию массива «фанатского

творчества», созданного по заказу профессиональными художниками. Популярность игровых мемов привлекает и людей, настроенных на продвижение собственного контента, например владельцев различных сайтов и пабликов в соцсетях, публикующих игровые мемы для привлечения новой аудитории.

Компьютерные игры, таким образом, расширяют и дополняют реальность для игроков, становятся источниками ярких образов, персонажей, идиом, стимулирующих тематическое творчество. Такой пользовательский контент преумножает траектории сюжетов компьютерных игр, расширяет их воздействие на целевую аудиторию, дает возможность ярким игровым образам перешагнуть границы игры и стать частью культуры, повседневной жизни и медиареальности.

Источники

Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 195–200.

Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002.

Лазченко У. Р., Степина А. Ю. Трансмедийный сторителлинг // Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2017. С. 136–137.

Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский, 2003.

Миловидов С. В. Трансмедийный сторителлинг как способ превращения фанатских практик в культурную индустрию // Наука телевидения. 2021. № 17.1. С. 29–47.

Пономарев Н. Ф. Трансмедийные проекты и трансмедийные франшизы. // E-Scio. 2019. 11 (38). С. 135–144.

Сапанжа О. С., Ершова Д. Е. Арт-мем в дискурсе современной культуры: аналитические статусы и практические возможности // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 12–2 (66). С. 34–37.

Соколова Н. Л. От «наивного» искусства к фан-арту // Вопросы культурологии. 2010. № 3. С. 114–118.

Тимофеев С. Б. Инструмент прогнозирования и проверки трансформирующего потенциала видеоигр // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. 2021. Т. 37. С. 46–55.

Трушникова Е. Л. Теоретические аспекты исследования фантастического // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2007. № 11. С. 86–91.

Тулисова В. А. Трансформация средств массовой коммуникации: от традиционных средств массовой информации к new media // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6, № 2. С. 228–244.

Фетисова Т. А. Фэнтези — феномен современной культуры. Обзор // Вестник культурологи. 2017. № 2 (81). С. 179–192.

Четина Е. М., Клейкова Е. А. Фандомы и фанфики: креативные практики на виртуальных платформах // Вестник пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2015. Вып. 3(31). С. 95–104.

Gambarato R.R., Freeman M. The Routledge Companion to Transmedia Studies. New York: Routledge, 2019.

Jenkins H. Transmedia Storytelling. Moving Characters from Books to Films to Video Games can Make them Stronger and more Compelling // MIT Technology Review. URL: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling> (дата обращения: 9.02.2022).

Jenkins H. Transmedia Storytelling 101. // henryjenkins.org. URL: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (дата обращения: 9.02.2022).

Kress G., Leeuwen T., van. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication // Oxford UK: Oxford University Press, 2001.

Meikle G., Young Sh. Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life. Houndmills; Basingstoke; Hampshire; New York: Palgrave Macmillan. VI, 2011.

Pool S. I., de. Technologies of Freedom. Cambridge, Mass.: Belknap Press, 1983.

Ryan M. L. Narrative Across Media. The Languages of Storytelling. Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 2004.

Ryan M. L., Thon I. N. Storyworlds Across Media: Toward a Media-conscious Narratology. Lincoln, London, 2014.

Scolari C. A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary // Media Production International Journal of Communication. 2009. № 3. P. 586–606.

Ventola E., Cassily C., Kaltenbacher M. Perspectives on Multimodality. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2004.

References

Chetina E. M., Klyuykova E. A. Fandoms and fanfiction: creative practices on virtual platforms // *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*. 2015. 3 (31). pp. 95–104. In Russian.

Fetisova T. A. Fantasy is a phenomenon of modern culture. Review // *Herald of Culture*. 2017. 2 (81). pp. 179–192. In Russian.

Gambarato R.R., Freeman M. The Routledge Companion to Transmedia Studies. New York, 2019.

Jenkins H. Transmedia Storytelling. Moving Characters from Books to Films to Video Games can Make them Stronger and more Compelling // MIT Technology Review. URL: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling> (accessed: 9.02.2022)

- Jenkins H. Transmedia Storytelling 101. // Henryjenkins.org. URL: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (accessed: 9.02.2022)
- Krasnykh V. V. Ethnopsycholinguistics and linguoculturology. Moscow, 2002. In Russian.
- Kress G., Leeuwen T., van. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication. Oxford UK, 2001.
- Lazchenko U. R., Stepina A. Yu. Transmedia storytelling // *Communication in the modern world*. Materials of the All-Russian scientific-practical conference. Voronezh: Voronezh State University. 2017. pp. 136–137. In Russian.
- McLuhan G. M. Understanding the Media: Human External Extensions. Transl. into Russian by V. Nikolayeva. M., 2003.
- Meikle G., Young Sh. Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life. Houndmills; Basingstoke; Hampshire; New York, 2011.
- Milovidov S. V. Transmedia storytelling as a way to turn fan practices into a cultural industry // *TV Science*. 2021. 17.1. pp. 29–47. In Russian.
- Ponomarev N. F. Transmedia projects and transmedia franchises. // *E-Scio*. 2019. 11 (38). pp. 135–144. In Russian.
- Pool S. I., de. Technologies of Freedom. Cambridge, 1983.
- Ryan M. L. Narrative Across Media. The Languages of Storytelling. Lincoln, 2004.
- Ryan M. L., Thon I. N. Storyworlds Across Media: Toward a Media-conscious Narratology. Lincoln, London, 2014.
- Sapanzha O. S., Ershova D. E. Art-meme in the discourse of modern culture: analytical statuses and practical possibilities // *International Research Journal*. 2017. 12–2 (66). pp. 34–37. In Russian.
- Scolari C. A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary // *Media Production International Journal of Communication*. 2009. 3. Pp. 586–606.
- Sokolova N. L. From “naive” art to fan art // *Issues of Cultural Studies*. 2010. 3. Pp. 114–118. In Russian.
- Timofeev S. B. A tool for predicting and testing the transformative potential of video games // *Bulletin of the Irkutsk State University*. Series: Psychology. 2021. 37. Pp.46–55. In Russian.
- Trushnikova E. L. Theoretical aspects of the study of the fantastic // *Vestnik of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts*. 2007. 11. Pp. 86–91. In Russian.
- Tulisova V. A. Transformation of mass media: from traditional mass media to new media // *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 2017. Vol. 6. 2. Pp. 228–244. In Russian.
- Ventola E., Cassily C., Kaltenbacher M. Perspectives on Multimodality. Amsterdam, 2004.
- Zinoviyeva N. A. The impact of memes on Internet users: typology of Internet memes // *The Review of Economy, the Law and Sociology*. 2015. 1. Pp. 195–200. In Russian.

Мизиряк, Надежда Андреевна, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Социологический институт РАН
Федерального научно-исследовательского социологического центра
Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия. nzinoveva@yandex.ru

Miziryak, Nadezhda A., Senior Researcher, Sociological Institute, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russian Federation. nzinoveva@yandex.ru