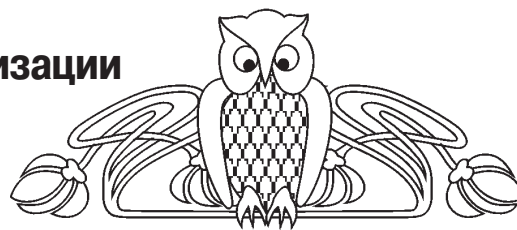




УДК 101.1

Homo ludens 2.0: пределы мифологизации в цифровом пространстве игры

А. Г. Иванов



Иванов Андрей Геннадиевич, доктор философских наук, доцент, профессор кафедры государственной, муниципальной службы и менеджмента, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Липецкий филиал, agivanov2@yandex.ru

В статье рассматриваются процессы мифологизации в игровом пространстве. Отмечается, что в настоящее время они происходят фактически одновременно с мифотворческими; сравнивается специфика мифологизационной деятельности в общественной жизни и в цифровом пространстве. Для изучения современного мифа применяется системный подход, осуществляется исследование таких тесно связанных друг с другом компонентов современной социальной мифологии, как ритуал и игра. Игра рассматривается в качестве одного из мифоконтентных феноменов ритуала. В числе ключевых изменений игры в цифровом пространстве оказывается изменение ее сущностной основы – эстетического содержания, которое определенным образом разрастается, прежде всего, за счет появления новых форматов коммуникации. В цифровом пространстве трансформируются многие характеристики, сопровождающие игры социальной реальности, но вместе с этим открываются и новые возможности. Формулируется вывод, согласно которому суть самой игры в эпоху современной цифровой революции размывается и утрачивается, а игровая составляющая цифрового пространства расширяет пределы мифологизации, трансформируя человека в вид Homo ludens 2.0 (человек играющий, версия 2), обладающий такими характеристиками, как развитое мифомышление, способность учитывать новые аспекты игровой деятельности.

Ключевые слова: социальный миф, ритуал, мифоконтентный феномен, игра, цифровое пространство, мифологизация, Homo ludens 2.0.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-1-31-36>

Silhouettes and shadows
Watch the Revolution
No more free steps to heaven
It's no game.
Дэвид Боуи
(It's No Game (Part I), 1980)

Современное мифологическое в целом генерируется процессами мифотворчества (построение мифологических сюжетов, запечатление бытия в виде мифов) и мифологизации (придание реальности мифологической образности). В настоящее время мифологизационные процессы происходят фактически одновременно с мифотворческими.

Исследование таких тесно связанных друг с другом компонентов современного социального мифа, как ритуал и игра, осуществляется исходя из системности самого современного мифа и из предположения о продуктивности применения системного подхода к его изучению. Полагаем, что современный миф состоит из таких подсистем (частей), как онтологическая, гносеологическая, аксиологическая, практическая (праксиологическая), включающих соответствующие элементы. Так, мифологизация служит элементом гносеологической подсистемы, а ритуал – практической (праксиологической). Для более полного раскрытия сущности элементов мифа, на наш взгляд, применим термин «мифоконтентный феномен», обозначающий явления и процессы, содержащие мифологическое наполнение, потенциально способствующие конструированию мифа, в результате чего он мог бы занять определенную нишу в бытии человека и общества.

Игра выступает примером одного из мифоконтентных феноменов ритуала. Она погружает человека в особенное пространство и время, которые К. Хьюбнер, описывая время и пространство в греческом мифе, называет священными [1, с. 128–158]. Такие священные пространства и времена со своими правилами и порядками как бы встраиваются в профанные. Примерно такое положение вещей и возникает в игровых ситуациях, когда участники оказываются всецело поглощенными ходом игры и на какое-то время забывают о существующих установках, действующих во «внеигровом» времени и пространстве.

Кроме того, игру можно рассматривать как вариант мифоритуальных практик, объединяющих основные мифоконтентные феномены праксиологической части системы социальной мифологии – миф и ритуал. Дело в том, что современные мифы и ритуалы являют собой совокупность самых разнородных компонентов, как восходящих к архаическим мифам, так и содержащих квазимифологические составляющие. При этом роль мифоритуальных практик как практической основы именно современной социальной мифологии является определяющей: благодаря проведению в настоящее время разнообразных митингов, демонстраций, пред-



ставляющих в несколько измененной форме мифоритуальные практики, можно говорить о латентном существовании социальных институтов по реализации социально-мифологических установок. Вместе с существованием мифоритуальных практик проявляется и весь комплекс свойств мифологического сознания [2, с. 35].

Кроме того, в игре как своеобразной познавательной деятельности оказывается непосредственно задействованной гносеологическая подсистема социального мифа – прежде всего, способность к мифологизации. Как уже отмечалось, процессы мифологизации характеризуются тем, что те или иные аспекты реальности наделяются мифологической образностью и что в настоящее время сложно отделить мифологизационные процессы от мифотворческих. Сложность определения процессов мифотворчества и мифологизации состоит в том, что «...оба процесса могут быть не только спонтанными (то есть носить бессознательно самопроизвольный характер), но и осознанными, когда мифы генерируются целенаправленно. В последнем случае можно говорить о феномене так называемого “мифологизированного сознания”, означающем наполнение индивидуальных и массовых представлений о мире идеями и образами, перенятыми из мифов, “встроенность” мифов как чего-то достоверного в содержание достаточно развитых воззрений, где наличествуют также научные, философские, художественные, политико-правовые понятия» [3, с. 31]. Такие процессы стали происходить с мифами, начиная с цивилизаций Древнего мира, и продолжают до настоящего времени, до эпохи цифровой революции.

Рассмотрим происходящие сегодня изменения, соответственно, сущности игры и характеристик процессов мифологизации в цифровом пространстве. Стоит заметить, что сама современная цифровая реальность, цифровая экономика уже заставляют человека смотреть на многие виды своей деятельности и коммуникации совсем с иного ракурса. Теперь, например, время ожидания «поглощается» мгновенной работой вычислительных и аналитических технологических машин, а тотальность контроля и фактическое отсутствие случайных ошибок в расчетах не оставляют у человека сомнений относительно тенденций реальных общественных процессов. В таких ситуациях наслаждаться игрой становится возможным зачастую в абсолютно новых условиях.

Отталкиваясь от классического определения Й. Хейзингой игры как свободной деятельности, которая «...осознается как “невзаправду” и вне повседневной жизни выполняемое занятие,

однако она может целиком овладевать играющим, не преследует при этом никакого прямого материального интереса, не ищет пользы, <...> совершается внутри намеренно ограниченного пространства и времени, протекает упорядоченно, по определенным правилам и вызывает к жизни общественные группировки...» [4, с. 29], выделим основные изменения сущности игры в цифровом пространстве.

Одним из ключевых изменений игры в цифровом пространстве оказывается изменение ее сущностной основы – эстетического содержания, которое определенным образом разрастается, прежде всего, за счет появления новых форматов коммуникации.

Осуществление игры как любого социального явления немислимо без коммуникации; коммуникация же, в свою очередь, представляет собой открытое пространство для мифологизационной деятельности и при этом является динамично развивающимся социальным процессом. Так, характеризуя этап массовой коммуникации, целесообразно рассмотреть возникшие в ходе XX в. трансмиссионную и экспрессивную (ритуальную) модели коммуникативного подхода. Эти модели были удачно описаны А. И. Черных [5]. Согласно трансмиссионной модели «...массовая коммуникация представляет собой саморегулирующийся процесс, целью которого является удовлетворение интересов и запросов аудитории. Основной коммуникативной проблемой является однонаправленный – от источника к получателю – линейный характер процесса передачи, в рамках которой отсутствует полноценная “обратная связь” (feedback), а также, до некоторой степени, ее “происхождение”... <...> В рамках этой модели массмедиа выступают как относительно открытые и нейтральные организации, обслуживающие секулярное общество в кооперации с другими социальными институтами. И хотя трансмиссионная модель подвергается значительной критике прежде всего в силу ее ограниченности (она плохо работает применительно к новым электронным медиа), а также одного из ее исходных тезисов, состоящего в том, что целью медиа является удовлетворение интересов аудитории, она, тем не менее, остается наиболее “ходовой” моделью, когда речь идет о традиционных новостных медиа, прежде всего газетах и журналах, а также о размещении рекламы» [5, с. 58–59]. Что касается другой модели – экспрессивной или ритуальной, то она «...ориентирована на выражение устремлений и чувств отправителя (или получателя), а не на некую инструментальную цель. Ритуал или экспрессивная коммуникация базируется на общно-



сти понимания или общности эмоций, выступая часто как цель в себе, и нередко включает определенный элемент перформанса как неотъемлемой части коммуникации. Коммуникация направлена на удовольствие от ее осуществления в большей мере, чем на достижение некоей вне ее лежащей цели. Послание в ритуальной коммуникации обычно латентно и амбивалентно, оно основывается на ассоциациях и символах, которые не выбираются участниками, но уже присутствуют в культуре. Медиум и месседж, как правило, трудно разделить. Ритуальная коммуникация относительно вневременна и неизменна» [5, с. 60]. Примечательно, что к принципам ритуальной коммуникации автор относит значимые символы, скрытые апелляции к культурным ценностям, совместному прошлому, мифы, традиции. Справедливо полагая, что в рамках данной модели речь уже не может идти о традиционном понимании медиа как средства трансляции информации, А. И. Черных заключает, что приобщение к медиа в экспрессивной или ритуальной модели – это «...идентификация индивидом самого себя как участника культуры. Это и есть ритуал, цель которого – сплочение группы» [5, с. 62]. Таким образом, становится очевидной тесная связь, с одной стороны, процессов мифологизации в цифровом пространстве, с другой стороны, содержания экспрессивной (ритуальной) модели коммуникативного подхода: прежде всего, их объединяет то, что они способствуют конструированию новой реальности, в которой разделяются общие ценности, функционируют интересубъективные символы. Такого рода новая реальность вполне может формироваться в сознании современного игрока, так как содержит важные игровые элементы, в частности принадлежность к определенной команде, перформативный характер борьбы.

Вместе с тем в последнее время в связи с развитием медиасреды возникают и модифицируются все новые типы коммуникации, преимущественно обусловленные форматом взаимодействия человека и экрана. Такие типы коммуникации выделены Е.В.Сальниковой как средово-ландшафтная, локально-информационная, альтернативно-дублирующая, культурно-регламентационная, телевизионная трикстерная и т.п. [6, с. 61–119]. Остановимся лишь на одном из названных типов коммуникации. Так, распространяющаяся в последнее время с развитием современных цифровых технологий альтернативно-дублирующая коммуникация порождает ситуацию «двойного совместного» наблюдения за разворачивающейся игрой, когда зритель смотрит не только вместе с толпой, но и вместе с «видеоглазом», предлага-

ющим свои ракурсы и границы кадра, добавляя свои технические характеристики. В результате реальность события как бы расслаивается, что приводит, как минимум, к еще одной – альтернативной – возможности для мифологизации.

Кроме того, в цифровом пространстве размываются и утрачиваются многие характеристики, сопровождающие игры социальной реальности, что в конечном счете приводит к изменению самой сути игры. И здесь мы воспользуемся одним из очерков Р. Барта, представленных в его знаменитых «Мифологиях» [7]. Речь идет о первом очерке «Мир, где состязаются в кетче» [7, с. 59–69], с которого, собственно, и начинаются как сама книга, так и известные газетные заметки автора о мелкобуржуазных мифах французского общества середины XX в.

К таким размывающимся характеристикам мы отнесем следующие (и приведем соответствующую каждой характеристике цитату из работы Р. Барта):

антураж, подчеркивающий зрелищность, помпезность и величие состязания: «Вообще, кетч – это спектакль под солнечным светом, ибо в цирке или на арене важнее всего не небо как таковое (романтическая ценность, годная лишь для светских праздников), а резкость и вертикальность светового потока» [7, с. 59];

болельщики (публика), создающие особую атмосферу, выкрикивающие эмфатические фразы: «Публика требует образа страстей, а не самих страстей как таковых» [7, с. 63]; «...в глазах болельщиков резкие перемены ситуации на ринге обладают своеобразной моральной красотой: публика наслаждается ими, как умело введенными сюжетными перипетиями, и чем больше контраст между удачным приемом и сменяющей его новой неудачей, чем плотнее соприкасаются успех и крах, тем большее удовлетворение доставляет вся мимодрама» [7, с. 66];

пароксизмы, сопоставимые по своему размаху с древними ритуалами: «В кетче борца как бы распинают среди белого дня на глазах у всех. Я сам слышал, как один борец, прижатый к полу, произнес: “Все, умер Иисусик на кресте”, – и в этих иронических словах приоткрывались глубинные корни зрелища, воспроизводящего жесты древнейших очистительных обрядов» [7, с. 65].

Несмотря на то, что вышеприведенные характеристики игры фактически частично утрачиваются в цифровом пространстве, игра, именуемая Й. Хейзингой «иным бытием» [4], вместе с тем открывает для индивида новые возможности в цифровом мире:

выход из пространства игры и изменение правил игры, когда, например, становятся



привычными всевозможные дополнительные рекламные паузы и опции в настройках правил; добавление новых функций героям, которым предоставляется дополнительное пространство для деятельности, им уже не нужно строго соответствовать мифологическому архетипу героя и в точности повторять типичные действия (далее это будет рассмотрено на примере из работы У. Эко).

Тесно связаны с изменениями сущности игры в цифровом пространстве и изменения в мифологизационных процессах.

Ранее нами был употреблен термин «мифологизация», но использован он был применительно к реальному социальному пространству. Однако мифологизация в реальности, в игре и в цифровом мире (особенно в играх в цифровом пространстве) разная: в цифровом пространстве игры пределы мифологизации существенно расширяются.

Концепт «мифологизация», как и противоположный ему по смыслу концепт «демифологизация», в последнее время все чаще оказывается в центре внимания исследователей. Мифологизация определяется и как «...неизбежный и важный момент функционирования общественного сознания и логически необходимый этап в процессе его развития – этап перехода сознания от образа к мысли» [8, с. 8]. Но мифологизация, как уже отмечалось, сопутствует и современным социальным процессам. При этом не всегда даются исчерпывающие объяснения процессов или феноменов мифологизации и демифологизации. Так, у В. К. Кантора процесс демифологизации есть процесс «расколдовывания» мифов, в результате чего жить становится сложнее, и одновременно происходит отказ от беспроблемных и понятных объяснений мироустройства [9]. У А. А. Линченко же иная точка зрения: «...проблема демифологизации медийных мифов... предполагает трансформацию эпистемологических критериев в критерии социокультурные, позволяющие не столько устранять элементы мифологического из исторической культуры (“преодоление” мифа), а скорее выявлять их подлинное место в ней (“нейтрализация” мифа)...» [10].

Мифологизационные (как и демифологизационные) процессы являются неотъемлемым атрибутом современности и проследить, какие изменения происходит в таких процессах в условиях цифрового пространства игры, возможно через рассмотрение соответствующих изменений у элементов мифа – мифоконтентных феноменов. В этой связи наиболее показателен такой мифоконтентный феномен, как герой. Именно герой оказывается сегодня неким зеркалом социального мифа, которое показывает отношение общества к

мифологическому. Так, изменения в поведении и функциях героя одновременно иллюстрируют и изменения в процессах мифологизации, и У. Эко ярко это демонстрирует: «Традиционный религиозно-мифологический персонаж, будь он божественного или человеческого происхождения, имел неизменные, вечные черты и неизменную же, необратимую “биографию”. Такой персонаж мог выступать героем некой “истории”; но эта “история” развивалась по определенной схеме и дорисовывала образ данного персонажа согласно заранее заданной матрице.

<...> Повествование в современных романах, напротив, направляет интерес читателя прежде всего на непредсказуемость того, что произойдет, то есть на новизну сюжета, которая выдвигается на первый план» [11, с. 179–180].

Возвращаясь к цифровому пространству игры, заметим, что герои современности, безусловно, должны подчиняться существующим законам цифровых игр, что будет требовать от героев дальнейших, возможно существенных, изменений. «Прелесть игровой реальности заключается в возможности героев многократно удаляться в другой мир и возвращаться в этот, как бы фланируя между тем и этим светом множество раз, тем самым отменяя трагедию смертности, необратимости жизни, конечности бытия, наконец, преодолевая границы человеческих возможностей» [6, с. 179]. Цифровое пространство игры позволяет осуществлять медиацию между реальностями, существовать сразу не только в нескольких разных пространствах, но и в разных модулях времени.

Пример функционирования героя в игровом пространстве открывает возможности для, так сказать, выхода процессов мифологизации на новый уровень, когда происходит уже широкое тиражирование в медиасреде и в цифровом пространстве игры популярных мифов о прошлом. Если герой романа заставлял читателя буквально ждать, предвкушать новые свершения, то в цифровых играх действия героя оказываются во многом проекциями собственных устремлений играющего. В результате, например, путешествия героя, так ярко описанные сторонниками психоаналитической теории мифа (Д. Кэмпбелл, К. Воглер и другие), становятся интерактивными, т. е. оказываются также и собственными путешествиями играющего. В результате меняется в некотором отношении сознание человека, играющего в цифровом мире, в том числе и мифологическое сознание.

Таким образом, цифровая революция приводит к возникновению новых форматов коммуникации, изменяющих эстетику игры и открывающих



дополнительные возможности для мифологизации – через выход из игрового пространства – через проекцию на героев игр индивидуальных качеств. Одновременно с этим безвозвратно уходят некоторые типичные игровые характеристики – антураж, особая атмосфера зрелища и т.п. Игровая составляющая цифрового пространства расширяет пределы мифологизации, трансформирует человека в вид Homo ludens 2.0 (человек играющий, версия 2), обладающий такими характеристиками, как развитое мифомышление, способность учитывать новые аспекты игровой деятельности. Пределы мифологизации начинают определяться не столько социальной реальностью, сколько личным опытом взаимодействия с цифровой реальностью, с продуктами массмедиа, в том числе и ритуальным общением с вымышленными (придуманскими) героями цифровых игр. Цифровое пространство игры, открывая горизонты для мифологизационных процессов, одновременно с этим способствует возникновению новых феноменов, по инерции называемых нами играми. Однако в эпоху современной цифровой революции суть той самой игры, еще не забытой поколением конца XX в., драматически утрачивается.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 18-411-480001 «Трансформация повседневной мифологии семейной памяти в культурном ландшафте современной Центральной России: научная аналитика и региональные социокультурные практики»).

Список литературы

1. Хюбнер К. Истина мифа / пер. с нем. М. : Республика, 1996. 448 с.
2. Иванов А. Г. Социальная мифология как развивающаяся система // Вестн. Перм. ун-та. Философия. Психология. Социология. 2016. Вып. 4 (28). С. 28–37. DOI: 10.17072/2078-7898/2016-4-28-37
3. Смирнов М. Ю. Российское общество между мифом и религией : историко-социологический очерк. СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2006. 228 с.
4. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий / пер. с нидерл. М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. 352 с.
5. Черных А. И. Ритуалы и мифы медиа. М. ; СПб. : Центр гуманитарных инициатив ; Гнозис, 2015. 160 с.
6. Сальникова Е. В. Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции и исторические экскурсы. М. : Прогресс-Традиция, 2017. 552 с.
7. Барт Р. Мифологии / пер. с фр. М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2004. 320 с.
8. Петров Н. В. Мифологизация как социальная традиция современного социума : региональный аспект : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Саранск, 2017. 23 с.
9. Кантор В. К. Демифологизация русской культуры. Философские эссе. М. ; СПб. : Центр гуманитарных инициатив, 2019. 400 с.
10. Линченко А. А. Мифы о прошлом в медиасреде : стратегии демифологизации в контексте современной исторической культуры // Электронный научно-образовательный журнал «История». 2018. Т. 9, вып. 6 (70). URL: <https://history.jes.su/s207987840002273-9-1> (дата обращения: 17.06.2019). DOI: 10.18254/S0002273-9-1
11. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / пер. с англ. и итал. СПб. : Симпозиум, 2005. 502 с.

Образец для цитирования:

Иванов А. Г. Homo ludens 2.0: пределы мифологизации в цифровом пространстве игры // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2020. Т. 20, вып. 1. С. 31–36. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-1-31-36>

Homo Ludens 2.0: The Limits of Mythologization in the Digital Space of the Game

A. G. Ivanov

A. G. Ivanov, <https://orcid.org/0000-0003-1136-251X>, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Lipetsk branch, 3 Internatsionalnaya St., Lipetsk 398050, Russia, agivanov2@yandex.ru

The article considers the processes of mythologization in the game space. The author, noting that current mythological processes in fact occur simultaneously with mythmaking, compares the specifics of mythological activities in public life and in the digital space. The systematic approach is used to study the contemporary myth. The analysis

of such closely related components of modern social mythology as ritual and game is carried out. The game is considered as one of the mythocontent phenomena of the ritual. One of the key changes of the game in the digital space is the change of its essential basis – aesthetic content, which grows in a certain way, primarily due to the emergence of new formats of communication. Many of the characteristics which accompany the games of social reality are being transformed in the digital space, but at the same time new opportunities are opening up. It is concluded that in the era of modern digital revolution the essence of the game itself is eroded and lost and the game component of the digital space extends the limits of mythologization, transforming a man into a kind of Homo ludens 2.0 (a man playing, version 2), who has such characteristics as developed myth-thinking and the ability to take into account new aspects of gaming activities.

Keywords: social myth, ritual, mythocontent phenomena, game, digital space, mythologization, Homo ludens 2.0.



Acknowledgements: *This work was supported by the Russian Foundation for Basic Research (project No. 18-411-480001 “The transformation of everyday mythology of family memory in the cultural landscape of modern Central Russia: scientific analytics and regional sociocultural practices”).*

References

1. Hubner K. *Die Wahrheit des Mythos*. Munchen, 1985. 465 S. (Russ. ed.: Hubner K. *Istina mifa*. Moscow, Respublika Publ., 1996. 448 p.).
2. Ivanov A. G. Social Mythology as an Evolving System. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya* [Perm University Herald. Series “Philosophy. Psychology. Sociology”], 2016, iss. 4 (28), pp. 28–37 (in Russian). DOI: 10.17072/2078-7898/2016-4-28-37
3. Smirnov M. Yu. *Rossiyskoe obshchestvo mezhdumifom i religiy. Istoriko-sotsiologicheskii ocherk* [Russian Society between Myth and Religion. Historico-sociological Essay]. St. Petersburg, Izdatelstvo St. Petersburgskogo Universiteta, 2006. 228 p. (in Russian).
4. Huizinga J. *Homo ludens*. Amsterdam, 1938. 150 p. (Russ. ed.: Huizinga J. *Homo ludens (Chelovek igrayushchiy)*. Moscow, EKSMO-Press Publ., 2001. 352 p.).
5. Chernykh A. I. *Rituality i mify media* [The Rituals and Myths of the Media]. Moscow, St. Petersburg, Tsentr gumanitarnykh initsiativ Publ., Gnozis Publ., 2015. 160 p. (in Russian).
6. Salnikova E. V. *Vizualnaya kultura v mediasrede. Sovremennye tendentsii i istoricheskie ekskursy* [Visual Culture in the Media Environment. Modern Tendencies and Historical Excursions]. Moscow, Progress-Traditsiya Publ., 2017. 552 p. (in Russian).
7. Barthes R. *Mythologies*. Paris, 1957. 241 p. (Russ. ed.: Barthes R. *Mifologii*. Moscow, Sabashnikovs Publ., 2004. 320 p.).
8. Petrov N. V. *Mifologizatsiya kak sotsialnaya traditsiya sovremennogo sotsiuma: regionalnyy aspekt* [Mythologization as a Social Tradition of Modern Society: Regional Aspect]. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philos.). Saransk, 2017. 23 p. (in Russian).
9. Kantor V. K. *Demifologizatsiya russkoy kultury. Filosoficheskoe esse* [Demythologization of Russian Culture. Philosophical Essays]. Moscow, St. Petersburg, Tsentr gumanitarnykh initsiativ Publ., 2019. 400 p. (in Russian).
10. Linchenko A. A. Myths about the Past in Media: Demythologization Strategies in the Context of Modern Historical Culture. *Elektronnyy nauchno-obrazovatelnyy zhurnal “Istoriya”* (The Journal of Education and Science “ISTORIYA” (“History”)), 2018, vol. 9, iss. 6 (70) (in Russian). Available at: <https://history.jes.su/s207987840002273-9-1/?sl=en> (accessed 17 June 2019). DOI: 10.18254/S0002273-9-1
11. Eco U. *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milano, 1979. 450 p. (Russ. ed.: Eco U. *Rol chitatatelya. Issledovaniya po semiotike teksta*. St. Petersburg, Simpozium Publ., 2005. 502 p.).

Cite this article as:

Ivanov A. G. Homo Ludens 2.0: The Limits of Mythologization in the Digital Space of the Game. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2020, vol. 20, iss. 1, pp. 31–36. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-1-31-36>
