

Иглин Д.А.
*магистрант кафедры политологии и социальной политики,
Российский государственный социальный университет (Москва, Россия)*

Iglin D.A.
*graduate student of political science and social policy,
Russian State Social University (Moscow, Russia)*

ВИДЕОИГРЫ КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

VIDEO GAMES AS A MEANS OF COMMUNICATION POLICY POST-SOVIET SPACE

Аннотация. Видеоигры как вид развлечения носят в современном мире массовый характер. Данный аспект подразумевает возможность политической рекламы и продвижения тех или иных политических взглядов. В данной статье рассматривается политико-коммуникационный характер видеоигр на постсоветском пространстве.

Ключевые слова: видеоигры, информационные технологии, политика, политическая реальность, постсоветское пространство

Abstract. Videogames as a kind of entertainment have a mass nature in the modern world. This aspect involves the opportunity of political advertising and promotion of some kind of political views. This article reviews the political-communicative nature of videogames on the territory of Post-Soviet states.

Key words: video games, politics, political reality, information technology, Post-Soviet states.

Видеоигры – это компьютерные программы, созданные с целью обеспечения игрового процесса, носящего развлекательный характер. На сегодняшний день данный вид развлечения не только обрёл многомиллионную аудиторию по всему миру, но и опережает по кассовым сборам многие киноблокбастеры [13]. Страны постсоветского пространства также не являются исключением из вышеуказанного положения ввиду того, популярности и массовости проведения тематических фестивалей на видеоигровую тематику [11].

Стоит отметить, что существует распространённый стереотип о том, игры, в том числе и компьютерные, являются сугубо детским увлечением. Однако последние социологические исследования за 2014 год показали, что средний возраст аудитории компьютерных игр в разных странах составляет от 27 до 35 лет, а также приблизительно равное гендерное соотношение (52% игроков – мужчины и соответственно 48% – женщины) [9].

Потенциальное влияние игр на восприятие того или иного явления находит свое теоретическое подтверждение в трудах многих учёных, в частности Д. Белла. В своей статье «Социальные рамки информационного общества» он отмечал, что в будущем влияние компьютерных технологий будет увеличиваться и привносить изменения социальную и экономическую структуру: «Можно скептически относиться к экстравагантным заявлениям о грядущей революции в образовании под воздействием компьютеров и видеомагнитофонов, но как бы то ни было, в области передачи данных (особенно экономической информации в сфере бизнеса) и развития сетей данных коммуникация вызовет необозримые социальные изменения» [2]. Также в качестве обоснования влияния компьютерных игр на создание положительного образа той или иной страны может служить коммуникационная теория Г. Лассуэлла [6].

Как показал анализ, компьютерные игры являются популярными из-за своей коммуникационной связи с игроком. Отличительной особенностью многих игр является высокая интерактивность игрового мира, где игрок волен делать то, что он хочет. Существует даже отдельный жанр видеоигр, который носит название RPG (role-playing game), что переводится как «ролевая игра». В данных играх любой может взять на себя роль того или иного персонажа и «отыгрывать» его действия в виртуальном мире, который будет меняться в зависимости от действий игрока.

Не вызывает сомнения тот факт, что массовый характер данного вида развлечения может быть использован в качестве платформы для политической рекламы, а также обоснования и продвижения политических взглядов и мнений [1; 4]. Развлекательный характер видеоигр не вызывает отторжения в отличие от прямой политической агитации и именно этим можно объяснить

достаточно успешную политико – коммуникативную связь между игрой и игроком. Наиболее успешным примером данного явления считается серия видеоигр «Call of Duty», в которой солдаты вооружённых сил США выставляются в качестве стереотипных бойцов за справедливость и поборников демократии [5].

Автор считает, что важно отметить влияние игр на имидж той или иной страны, стоит задать вопрос о реальной возможности такого влияния. Могут ли игры повлиять на мнение игроков, на мнение о той или иной страны? В качестве примера можно привести пример так называемого явления «польского шутера». В начале 2000-х годов жанр «шутер» (который в России носит также название «стрелялка»), был достаточно популярен. Многие разработчики тех времён предпочитали не тратить много времени на разработку сюжетно сложных игр, а за относительно скромный бюджет выпускать шутеры с различной степенью качества. Достаточно долгое время в данном жанре отличились разработчики из Польши, которые массово выпускали игры достаточно сомнительного качества. Данное явление сформировало у многих игроков устойчивый пренебрежительный стереотип о том, что в Польше не могут выпускать нормальные игры из-за отсутствия программистов или из-за того обучение данной специальности осуществляется плохо. Однако данный стереотип был успешно забыт после выпуска ряда видеоигр, которые стали популярны у игроков и были благосклонно приняты профильной критикой.

Помимо популяризации вооружённых сил той или иной страны, игры используются в качестве образовательного элемента. Многие игры, которые производятся на территории Западной Европы направлены на ознакомление игроков с историей данных стран в разные исторические периоды: начиная от Древней Грецией и заканчивая Второй мировой войной. Ярким примером такой игры является серия стратегических игр Total War. Стоит отметить, что действие игр происходит в разные исторические эпохи: от Древнего Рима до Наполеоновских войн. Каждая эпоха, рассматриваемая в определённой игре серии Total War, приносит в основной игровой процесс различные изменения, которые обусловлены реальными историческими событиями [14].

Попытки создать что-то схожее с вышеуказанными примерами предпринимались и на территории постсоветского пространства. Преимущественно характер политико-коммуникационный характер видеоигр был направлен на повышение уровня патриотизма, посредством ознакомления с историей Великой Отечественной войны. Примерами являются авиасимуляторы из серии «Ил-2. Штурмовик» и стратегии «Блицкриг» выпущенных в начале 2000-х годов [12]. Данные игры были популярны не только на территории стран бывшего СССР, но и за рубежом, поскольку был побуждён интерес к военной истории и вкладу советских войск в победу над нацистским блоком.

Однако стоит отметить, что примеры «Ил-2. Штурмовик» и «Блицкриг» остались единственными успешными, поскольку в дальнейшем выпускать качественных проекты на территории стран СНГ стало проблематично, ввиду стремительного развития технологий и соответственно подорожания процесса создания игр.

Ввиду вышеуказанных причин дальнейшие попытки использовать видеоигры в качестве средства коммуникации были обречены на неудачу. На данный момент индустрия отечественных компьютерных игр находится в упадке. Многие разработчики заняты в производстве бесплатных приложений для мобильных устройств, а те немногие российские игры, которые выходят на продажу отличаются плохим качеством исполнения.

В России попытки повысить имидж российских вооружённых сил с помощью игр предпринимались в 2008 и 2009 годах, когда на рынок выходили игры, созданные по событиям конфликта в Южной Осетии в августе 2008 года. Однако данная попытка не оказалась успешной в связи с посредственным техническим исполнением и ярко выраженной агитационной направленностью. Низкий уровень технической реализации и отсутствие желания заинтересовать игрока, делали подобные игры непопулярными. Ярким примером подобного факта является игра «Противостояние: принуждение к миру», выпущенная в свет 12 декабря 2008 года, спустя четыре месяца после Грузино-югоосетинского конфликта и посвящённая ей. Многие профильные издания отмечали не только низкий уровень исполне-

ния игры, которая была создана в ограниченный срок, но и ярко выраженный спекулятивный фокус на внешнеполитическую ситуацию того времени [8].

Другим же примером неудачной игры с политико-коммуникационным характером является «Under Occupation: Shusha», выпущенная в 2012 году и рассказывающая о конфликте в Нагорном Карабахе. Создателями игры являлись студенты Азербайджанской государственной нефтяной академии. А их целью являлась не желание развлечь, а поднять уровень патриотизма в гражданах своей страны [3]. Не будет лишним отметить, что, несмотря на поддержку команды разработчиков, игра в силу своих технических проблем и низкого качества исполнения не удостоилась популярности и какого-либо существенного внимания со стороны профильных СМИ.

Но, несмотря на неудачу создания игр на территории стран постсоветского пространства, данная тема остается все равно актуальной ввиду заинтересованности представителей власти. В 2012 году Д.А. Медведев на заседании президиумов Совета по культуре и Совета по науке и технологиям при Президенте РФ предложил создать российский аналог популярной многопользовательской онлайн-игры «World of Warcraft», которая бы популяризировала отечественную историю [7].

Видеоигры также могут применяться для ознакомления игроков с теми или иными государственными профессиями. Самым недавним примером подобного использования является игра, выпущенная в России, которая посвящена работе сотрудников Федеральной службы судебных приставов. В ней предлагается заниматься выездами к должникам, описью их имущества, а также совершать такие действия как проведение пресс-конференций и осуществление переговоров с Федеральной миграционной службой, для того чтобы ограничить движение злостных неплательщиков. Стоит отметить, что главными целями данной игры является попытка формирования положительного образа сотрудников Федеральной службы судебных приставов и ознакомление с их повседневными обязанностями. Автор выдвигает предположение, что это связано с тем, что именно данная категория государ-

ственных служащих вероятнее всего имеет в массовом сознании населения России отрицательный характер [10].

Видеоигры являются не только перспективным способом развлечения, но и средством политической рекламы. Однако для удачного использования такого способа нужно качественное развитие технологий и программного обеспечения. На данный момент на территории стран бывшего Советского Союза их развитие идёт неравномерно, однако это не уменьшает перспективы виде-игр, как платформы для обоснования тех или иных политических взглядов.

Литература

1. Анохин М.Г., Гришин О.Е., Атаев Т.Б. Инновации в сфере политической интернет-коммуникации: опыт США // Среднерусский вестник общественных наук. – 2013. – №4. – С.85-91.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // infeconomy.ru. – 2015. <http://www.infeconomy.ru/theory/90-2010-04-07-04-50-26.html> (дата обращения: 16.11.2015).
3. В Азербайджане выпустили шутер о войне за Нагорный Карабах // Games Mail.ru. – 2015. https://games.mail.ru/pc/news/2012-08-22/v_azerbajdzhane_vypustili_shuter_o_vojne_za_nagornyj_karabah/ (дата обращения: 16.11.2015).
4. Гришин О.Е., Иглин Д.А. Компьютерные игры как элемент массовой политической культуры и коммуникации // PolitBook. – 2015. – №1. – С.127-145.
5. Компьютерные игры на службе армии США // Playground. – 2015. http://www.playground.ru/blogs/other/kompyuternie_igri_na_slugbe_armii_ssh-105312/ (дата обращения: 16.11.2015).
6. Лассуэлл Г. Психопатология и политика. – М.: РАГС, 2005.
7. Медведев предложил создать русский аналог World of Warcraft // KP.ru. – 2015. <http://www.kp.ru/daily/25724/2716638> (дата обращения: 16.11.2015).
8. Обзор игры Противостояние: Принуждение к миру // AG.ru. – 2015. <http://www.ag.ru/games/protivostoyanie-prinuzhdenie-k-miru/review> (дата обращения: 16.11.2015).
9. Согласно исследованию, женщины в США играют не меньше мужчин. // Games Mail.ru. – 2015. http://games.mail.ru/pc/news/2014-04-25/soglasno_issledovaniju_zhenschiny_v_ssh-igrajut_ne_menshe_muzhchin/?from=list (дата обращения: 16.11.2015).
10. Судебные приставы выпустили игру о своей работе // Games Mail.ru. – 2015. http://games.mail.ru/pc/news/2014-09-16/sudebnye_pristavy_vypustili_igru_o_svoej_rabote/?from=list (дата обращения: 16.11.2015).
11. Фрики и гики: Как прошёл второй московский Comic Con // The Village. – 2015. <http://www.the-village.ru/>

- village/weekend/weekend-story/223139-comic-con (дата обращения: 16.11.2015).
12. IL-2: Sturmovik // IGN. – 2015. <http://www.ign.com/articles/2001/11/28/il-2-sturmovik-2> (дата обращения: 16.11.2015).
13. **Metal Gear Solid 5 заработала вдвое больше вторых «Мстителей» в день премьеры** // GMbox. – 2015. <http://gmbox.ru/metal-gear-solid-5-the-phantom-pain/metal-gear-solid-5-zarabotala-vdvoe-bolshe-vtoryh-mstiteley-v-den-premery> (дата обращения: 16.11.2015).
14. Total War: Atilla // TotalWar.com. – 2015. <http://www.totalwar.com/games/total-wartm-attila> (дата обращения: 16.11.2015).