Для цитирования: Коротышев А. П., Рыхтик А. А. Игровые онлайн-сообщества — ресурс формирования гражданской идентичности российской молодежи // Социум и власть. 2019. № 3 (77). С. 30—39.

УДК 323.21

# ИГРОВЫЕ — ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВА — РЕСУРС ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

#### Коротышев Александр Павлович,

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, доцент кафедры социальной безопасности гуманитарных технологий, кандидат исторических наук, доцент. Российская Федерация, 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23. E-mail: aleks\_korotyshev@mail.ru

### Рыхтик Павел Павлович,

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, ассистент кафедры социальной безопасности и гуманитарных технологий. Российская Федерация, 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23. E-mail: rykhtikpavel@fsn.unn.ru

#### Аннотация

Введение. Статья описывает феномен игровых онлайн-сообществ с точки зрения их коммуникационного потенциала формирования гражданской идентичности. Авторы исходят из предположения, что игровая индустрия оказывает значительное влияние на восприятие современной молодежью образов России, русского народа, национальных культурных ценностей и традиций.

**Цель.** Цель статьи состоит в оценке возможностей игровых онлайн-сообществ в качестве инструмента формирования гражданской идентичности российской молодежи.

Методы. Авторы привлекают к анализу научные труды российских ученых, маркетинговые исследования западных аналитических центров, а также рассматривают практическую деятельность онлайн-сообществ российских геймеров. Научная новизна исследования. Научная новизна исследования состоит в рассмотрении игровых онлайн-сообществ в качестве социальных групп нового типа, которые не только являются носителями собственных уникальных идей, но и обладают возможностями для их трансляции. Выводы. Авторы приходят к выводу о необходимости рассматривать феномен онлайн-игр как важный элемент современной цифровой культуры, формирующий гражданскую идентичность. Обосновывается необходимость разработки и внедрения в практику технологий взаимодействия государства и общества с игровыми онлайнсообществами.

Ключевые понятия: общественная коммуникация, компьютерная игра, игровое сообщество, гражданская идентичность, политическая коммуникация, образ России, восприятие России.

#### Компьютерные игры и игровые сообщества в научно-аналитическом дискурсе

Характерной чертой современного социально-политического пространства является формирование в его рамках новых каналов коммуникации, тесно связанных с электронными СМИ и новыми социальными медиа. Таким каналом, обладающим преимущественным влиянием на молодежную аудиторию, выступают игровые онлайн-сообщества. Последние достаточно успешно совмещают в себе возможности социальных медиа (профильные группы, форумы, игровые чаты, стримы и др.) и неформальных молодежных объединений (собственная субкультура, слэнг, неформальное общение и пр.).

Игровые, а в отдельных случаях и игровые онлайн-сообщества достаточно часто становятся объектами научно-аналитических исследований. Однако эти аналитические разработки остаются весьма узконаправленными.

В западном аналитическом дискурсе данная тематика представлена главным образом коммерческими исследованиями, объектом которых является преимущественно потребительский игровой рынок. Среди ведущих центров маркетинговых исследований физических и цифровых продаж на игровом рынке можно выделить компанию «SuperData Research» (входящую в структуру глобальной компании рыночной аналитики Nielsen), компанию Newzoo, специализирующуюся на маркетинговых исследованиях игровой индустрии, компанию PwC, работающую в России в сфере бизнес-консультирования. Их аналитические разработки использовались авторами при подготовке настоящей статьи.

Отдельные западные исследователи подходят к феномену игровых и онлайнсообществ с позиций социальной психологии [22]. Их научные разработки ограниченно применимы к российским условиям и, как ни странно, более известны в среде отечественных геймеров, нежели в российском научном сообществе.

Отечественные исследователи также обращаются к изучению игровых сообществ. Однако единства мнений и подходов к данной тематике не прослеживается. Большинство авторов оценивают феномен игровых сообществ в сугубо негативном ключе, раз-

вивая тезис о деструктивном влиянии их на умы прежде всего подрастающего поколения. Выделяется череда работ дидактического характера, описывающих особенности обращения к компьютерным играм лиц школьного и дошкольного возрастов. Особенно остро поднимается проблема интернет-зависимости и связанной с ней зависимости от компьютерных игр [12; 14; 19; 20].

Отдельно оговаривается проблема игр как особого вида квазидеятельности, которым человек компенсирует недостаток достижений и развития в своей социальной жизни, что имеет следствием, пока лишь частично, торможение развития социума в стране [10; 16]. В играх часто видят опасность искажения в сознании россиян образов России и русского, что выливается в призывы к ужесточению цензурного контроля над ними, вплоть до полного запрета [2; 3; 9; 11; 13].

Тем не менее существует и альтернативная точка зрения, рассматривающая некоторые виды компьютерных игр в качестве инструмента развития когнитивных функций человека. В отдельных работах описывается потенциал компьютерных игр для практической психологии и психотерапии, их возможности как механизма или тренажера, способствующего психологической разрядке человека [5; 15]. Наконец, авторы ряда статей видят в компьютерных играх новый тип произведений современной медиакультуры [4; 18; 21].

В целом, краткий обзор отечественных статей по тематике компьютерных игр позволяет зафиксировать некоторую положительную динамику. Более поздние работы чаще склонны видеть в феномене компьютерной игры разного рода положительные аспекты, что позволяет говорить о некоторой эволюции подходов отечественной науки к данному объекту исследования.

С другой стороны, есть основания утверждать, что российское академическое сообщество, а с ним и представители власти и общественных структур, все еще не до конца осознают роль и потенциал игровых онлайн-сообществ в качестве канала общественной коммуникации. В то же время в интересах общества и государства было бы правильнее видеть в игровых и онлайнсообществах полезный коммуникационный канал, пригодный в том числе и для трансляции пророссийских и прогосударственных ценностей.

Русские и русское в компьютерной игровой культуре: восприятие, искажение и наследие холодной войны

Компьютерные игры как мощный и доступный для молодого поколения источник образной информации является достаточно заметным фактором формирования государственной идентичности молодежи.

Под влияние данного источника информации попадают прежде всего молодые люди, обычно от двенадцати лет (это минимальный возраст, указанный производителями для игр, рассматриваемых в данной статье). Верхняя планка достаточно трудноопределима, так как фанаты компьютерных игр встречаются и среди людей достаточно зрелого возраста. Компьютерные игры как продукт массовой культуры вовлекают в сферу своего влияния представителей практически всех социальных групп, людей разного достатка и разных политических взглядов.

Для молодого поколения они начинают играть заметную роль в формировании (а иногда — эрозии) гражданской идентичности. Восприятие молодежью русского народа, русской истории и культуры, а также современной российской государственности зачастую конструируется под влиянием компьютерных игр.

С точки зрения формирования и сохранения государственной идентичности большое значение имеет тот факт, что подавляющее большинство компьютерных игр созданы в странах, входящих в западное, евро-атлантическое культурное пространство. Образы русских и русского в этих играх зачастую носят заметные следы стереотипизации или даже мифологизации. В русскоязычном интернет-сообществе даже существует специальный жаргонизм для обозначения столь яркого и широкого злоупотребления стереотипами при описании чего-либо русского — «клюква».

Данное явление во многом является тяжелым наследием холодной войны. Стереотипы, характерные для компьютерных игр, в целом повторяют пропагандистские штампы времен биполярного мира. Приведем несколько примеров.

Первой и наиболее примечательной в этом отношении игровой серией является «Command & Conquer: Red Alert» от американского издателя «Electronic arts». Первая часть серии, разработанная «Westwood Studios», вышла еще в 1996 г., третья и последняя на данный момент от «EA Los Angeles» —

в 2008 г. Это стратегия в реальном времени, где на полях сражений сходятся американские и советские армии с целью установить превосходство на Земле, подавив один из полюсов силы. В сюжете игры обыгрывается альтернативный ход истории, где гонка вооружений времен холодной войны все же вылилась в открытые боевые столкновения.

Сюжетные видеоролики игры формируют в целом довольно негативный образ русского народа. Играя за СССР, можно наблюдать пьющих водку генералов, отдающих игроку приказы, поднимая стакан и произнося параллельно тосты. В одной сюжетной видеовставке генералом вполне серьезно (в отличие от большинства других моментов) произносится фраза: «Я русский, и я не люблю никого».

В целом, во всей игровой серии образ русских показан саркастично и стереотипно, что, с определенными допущениями, и служит основным фоном игрового процесса. Являясь частью стиля игры, он создан сознательно, с целью подчеркивать негативные черты русских, укорененные в массовом сознании западных обывателей. Игра не столько формирует некий образ, сколько отражает в себе уже существующий. Без этого образа рассматриваемая серия игр не имела бы столь широкого коммерческого успеха в течении более чем десятилетнего периода существования. Из страшного и сильного противника Советский Союз стал противником побежденным и смехотворным.

Другим примером может служить серия игр «Call of duty» от американской студии «Activision», выходившая с 2003 по 2014 г. Ее тип постановки и подачи сюжета вынуждает игрока на достаточно высоком уровне отождествлять себя с главным героем игры и участником происходящих по сюжету событий. Первые части серии посвящены событиям Второй мировой войны, где игрок в лице американского, британского или русского солдата сражается с солдатами Третьего рейха. При определенной схожести сюжета «русской» части игры с двумя остальными имеется ряд черт, отличающих ее в общем ряду и прежде всего из-за отражения здесь различных исторических мифов, распространенных в массовом сознании как в России, так и на Западе. Например, после тяжелой переправы через Волгу в осажденный Сталинград главному герою даже не выдают оружия, которое находящиеся здесь же комиссары советуют подобрать на поле боя. В течение миссии игрок вынужден передвигаться по укрытиям без возможности открыть ответный огонь.

В самом начале следующей миссии игрок видит, как офицер НКВД отдает приказ пулеметчикам расстрелять отступающих советских солдат. Причем один из отступающих несет на своих плечах раненого товарища. В случае если и игрок попытается отступить назад для защиты от огня противника, то расстреляют и его.

Вопрос о том, являются ли упомянутые случаи чистой клеветой или же в некоторой степени отражают реальный опыт прошедшей войны, выходит за рамки задач настоящей статьи. Однако, по мнению авторов, весьма показателен сам факт трансляции такого рода сюжетов в рамках игровой индустрии.

В отношении серии «Call of duty» и образа в ней русских стоит упомянуть вызвавшую большой резонанс в интернет-сообществе миссию «Ни слова по-русски» из части «Call of duty: Modern warfare», где русские террористы и внедренный в их ряды главный герой расстреливают из пулеметов в московском аэропорту (который частично срисован с аэропорта Внуково) мирных людей, не оказывающих сопротивления. В 2009 г., когда игра появилась в продаже, в России она вызвала определенный общественный резонанс¹, лейтмотивом которого было сильное возмущение, в том числе и со стороны властей<sup>2</sup>. В конечном итоге в русских лицензионных версиях игры эту миссию вырезали, однако сам факт такого происшествия настораживает. Излишне говорить, сколь странный и непритязательный образ России и русских при этом рисуется в сознании игрока.

Своеобразным представлением образа России и русских отличается вышедшая в 2013 г. вторая часть стратегии «Company of heroes» американского издателя «Sega» и канадского разработчика «Relic Entertainment». Это стратегия в реальном времени, посвященная периоду Второй мировой войны, и сюжет второй части повествует непосредственно о событиях на советскогерманском фронте. Представленные в игре образы и исторические мифы не имеют под собой какой-либо источниковой базы, но, в отличие от упоминавшейся «Command & Conquer: Red Alert», не служат юмористиче-

ским целям, а подаются как исторические факты.

Главный герой, от имени которого подается сюжет игры, сидит в ГУЛАГе и рассказывает свою историю следователю НКВД. В первой же миссии, посвященной битве за Сталинград, вновь видна стереотипная картина, когда советские солдаты расстреливают своих же отступающих товарищей. В дальнейшем при обороне Москвы (хронологический порядок повествования в игре нарушен) игроку для приостановки немецкого наступления предложено сжечь деревенские избы с жителями внутри, а затем с той же целью поджечь пшеничное поле, на котором держат оборону другие советские части. В конце миссии перед подходом врага взрывается мост, но при этом на том берегу остаются также и не успевшие отступить подразделения РККА. Демонстративно обыгран момент, что именно командование не дает последним шанса на спасение, притом что времени для этого оставалось еще достаточно. По ходу сюжета всячески подчеркивается, что СССР выиграл войну ценой огромных и часто бессмысленных потерь.

При этом разработчики подчеркивали, что игра была сделана с ориентацией на любителей жанра стратегий из стран СНГ. Однако конечная реакция на игру в России оказалась как минимум холодной. В Интернете опубликованы негативные рецензии и обзоры сюжета «Company of heroes» на фоне положительных (иногда у одного и того же обозревателя) отзывов о составляющих непосредственно игровой механики<sup>3</sup>.

Приведенные примеры представляют собой лишь отдельные иллюстрации к образу России и русских людей, создаваемому в компьютерных играх. Данный образ зачастую неприятен и жесток и отражает, в первую очередь, стереотипы, сформированные на Западе еще в эпоху холодной войны.

Однако следует отметить, что в последние годы в данной сфере наметились некоторые положительные тенденции.

Согласно сюжета игры «Overwatch», выпущенной компанией «Blizzard Entertainment» в 2016 г., Россия самостоятельно останавливает восстание машин на своей территории. Русский персонаж основной игры сержант Александра Зарянова предстает как крайне сильный и боевой архетип

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> No Russian. Депутат Госдумы предложил приравнять Call of Duty к экстремизму // Lenta.ru. 14.01.2010. URL: https://lenta.ru/articles/2010/01/14/codextreme/ (дата обращения: 10.01.2019).

<sup>2</sup> Ответ компании «1С» на открытое письмо депутата Государственной Думы Федерального Собрания РФ В. С. Селезнева от 22.01.2010 // Компания «1С». URL: http://1c.ru/news/pressrelise.jsp?id=1196 (дата обращения: 10.01.2019).

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Волошин K. Company of Heroes 2: обзор // Игромания. URL: https://www.igromania.ru/article/23429/Company\_of\_Heroes\_2.html (дата обращения: 21.01.2019); Баранов E. Company of Heroes 2: обзор // Стоп-игра. URL: https://stopgame.ru/show/49396/company\_of\_heroes\_2\_review (дата обращения: 21.01.2019).

с гипертрофированной мускулатурой. Особенно заметно это выделяется на контрасте с другими женскими персонажами игры.

Вышедшая в ноябре 2018 г. документальная (по заверениям ее польских разработчиков из компании «Jujubee S.A.») игра «Kursk» повествует о трагической гибели российской атомной подводной лодки «Курск». Единственная версия событий трагедии, представленная в ее сюжете, — официальная версия российских властей. Потенциально способная вызвать недовольство и споры своим сюжетом игра была допущена до релиза в России.

Определенное переосмысление издателями компьютерных игр образа России следует, по всей видимости, связывать с действием двух объективных факторов.

С одной стороны, активные внешнеполитические действия и жесткая риторика российских властей в значительной мере способствовали трансформации образа страны. Современная Россия на Западе все еще воспринимается враждебной и агрессивной, но уже не ослабленной и недееспособной.

С другой — в последние годы произошел значительный рост российского внутреннего игрового рынка. Издатели компьютерных игр, основной целью которых является коммерческих успех их продукта, вынуждены учитывать мнение российских потребителей.

Описанные обстоятельства хорошо иллюстрируют тот факт, что содержание компьютерных игр, по крайней мере в части формирования государственной идентичности, во многом зависит от позиции разработчиков. Осознанно или неосознанно поддерживая те или иные стереотипы, они неизбежно транслируют их потребителям своего продукта.

Современное состояние игрового рынка предоставляет весьма перспективную возможность для преодоления этих стереотипов. Сегодня компьютерные игры массово переходят в онлайн-формат, а рядовые пользователи получают все большие возможностей влиять на их содержательную часть. Игроки объединяются в онлайн-сообщества, которые нередко ставят перед разработчиками собственные требования. Представляется, что в ближайшем будущем именно игровые онлайн-сообщества будут существенным образом влиять на отображение в играх тех или иных гражданских, культурных и политических стереотипов.

## Игровые онлайн-сообщества как носители национальной и гражданской идентичности

Игровые онлайн-сообщества, несомненно, представляют собой социальные группы нового типа. При этом их специфические особенности и характеристики в значительной мере способствуют ускоренному распространению внутри них идей и установок политической направленности, а также неизбежно формируют определенную идентичность [1; 8; 17]. Обратимся к научным исследованиям, раскрывающим некоторые особенности игровых онлайнсообществ.

SuperData Research одна из немногих компаний, специализирующихся на маркетинговых исследованиях физических и цифровых продаж на игровом рынке, в настоящее время входит в структуру глобальной компании рыночной аналитики Nielsen. В 2015 г. данная компания подвела итоги масштабного исследования аудитории многопользовательских игр, в рамках которого в течение пяти лет изучались характеристики более чем одного миллиона пользователей . Несмотря на то что основной целью исследования было определение оптимальных коммерческих стратегий для он-лайн игр, оно также позволяет сделать определенные выводы о специфике игровых онлайн-сообществ.

В первую очередь следует отметить, что сама структура онлайн-сообществ в значительной мере способствует распространению с их помощью разного рода идей, образов и стереотипов.

Игровые онлайн-сообщества имеют устойчивое «ядро» пользователей — преданных фанатов которые регистрируются в игре в первый месяц после выхода и сохраняют интерес к ней в течении длительного времени. В среднем 6,21 % игроков, зарегистрировавшихся в первый месяц после релиза, зайдут в игру в течение следующего года. Для сравнения, только 0,63 % (т. е. в десять раз меньше) игроков, зарегистрировавшихся в течение двенадцатого месяца после релиза, сохранят интерес в следующие 360 дней<sup>2</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Understanding free-to-play MMO retention // SuperData Nielsen Company. URL: https://www.superdataresearch.com/understanding-mmo-retention/?mc\_cid=a656805038&mc\_eid=a44ee7d120 (дата обращения: 04.01.2019).

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Там же.

Однако основная часть аудитории онлайн-игр достаточно подвижна и постоянно меняет свои предпочтения, регистрируясь и общаясь в рамках новых сообществ. В среднем 83 % игроков, зарегистрировавшихся в первый месяц релиза игры, возвращаются в нее на следующий же день. Но на 30-й день этот показатель уже составляет лишь 20 % игроков¹.

В рамках настоящей статьи сообщества, формирующиеся вокруг онлайн-игр, рассматриваются в качестве носителей определенных идей и стереотипов. С этой точки зрения они имеют значительный потенциал, поскольку образы и интерпретации, формируемые главным образом «ядром» сообщества, быстро распространяются в интернет-пространстве мобильным большинством.

Второй важный момент состоит в том, что российское игровое онлайн-сообщество демонстрирует явные тенденции к росту. Согласно данным SuperData Research, в 2017 г. Россия стала лидером в Европе по объему выручки в сфере киберспорта, продемонстрировав рост данного показателя с 35 млн дол. в 2015 г. до 38 млн дол. в 2017 г. При этом, аналитики SuperData утверждают, что российская аудитория киберспорта, выраженная в количестве уникальных зрителей, продолжит расти, а темпы этого роста составят до 20 % в 2019 г. Таким образом, число уникальных зрителей в России увеличится с 4,1 млн (2017) до 4,9 млн (2019)<sup>2</sup>.

Активно расширяясь и включая в себя главным образом молодых и активных людей, онлайн-сообщества становятся заметным каналом общественной коммуникации в современной России.

Третье заметное свойство игровых онлайн-сообществ состоит в их неизменной политизации. Общаясь в мультиязычной, мультикультурной среде, участники онлайн-сообществ неизбежно переживают определенную трансформацию самоидентификации.

С одной стороны, языковые и культурные барьеры вынуждают игроков, даже в виртуальном мире игры, объединяться в первую очередь со своими соотечественниками. С другой — любая игра предполагает соревновательность. А в случае с масштабными игровыми проектами — соревновательность виртуальных социальных меха-

низмов (т. н. «кланов», «альянсов» и пр.) в экономической, политической и военной сфере. В этих условиях неизбежно возникают архетипы «свой — чужой», на которые неизбежно распространяются отголоски информационно-пропагандистской борьбы, ведущейся в реальном мире.

Весьма интересным примером может служить образование альянса «The Russia» в игре EVE Online. На протяжении всей истории данного игрового сообщества, заметную роль в нем играли объединения россиян и граждан стран СНГ. Название первоначально объединившего их союза «Red Alliance» стало игровым брендом, который передавали друг другу различные сообщества<sup>3</sup>. Русскоязычные сообщества периодически впадали в кризис и распадались, но всегда возрождались вновь.

В 2017 г. отдельные игроки и корпорации стали активно призывать русскоязычных игроков объединиться в альянс «The Russia»<sup>4</sup>. При этом, как утверждали сами игроки, «название выбрано не случайно, говорит само за себя, откуда мы, и оно же накладывает некоторые обязанности — достойно представлять нашу страну»<sup>5</sup>.

Такой альянс был создан и в настоящее время активно формирует собственную идентичность за счет создания и пропаганды клановых символов, внутреннего слэнга и системы ритуалов, поддерживая образ «врага», которого альянс побеждает в неравной борьбе. Судя по игровой статистике, потери альянса пока значительно превышают объемы уничтоженных вражеских сил, однако именно в течении последних месяцев этот разрыв заметно сокращается, на что самим альянсом делается особый акцент<sup>6</sup>.

Привлекая новых игроков, альянс активно использует новые медиа, такие как, к примеру, социальная сеть «ВКонтакте»<sup>7</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Understanding free-to-play MMO retention...

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Market Brief — 2018 Digital Games & Interactive Entertainment Industry Year In Review // SuperData Nielsen Company. URL: https://www.superdataresearch.com/market-data/market-brief-year-in-review/ (дата обращения: 04.01.2019).

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Русские альянсы в EVE Online — первопроходцы, колонизаторы, победители // Онлайн-игра «EVE Online». URL: https://eve-online-com.ru/guides/politics/russkie-alyansy-v-eve-online (дата обращения: 06.01.2019).

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Корпорация Russian Federation со. приглашает пилотов всех направлений // Форум онлайнигры «EVE Online». URL: https://forums.eveonline.com/t/korporacziya-russian-federation-co-the-russia-priglashaet-pilotov-vseh-napravlenij/33948 (дата обращения: 06.01.2019).

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Там же.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Zkillboard. Игровая статистика альянса «The Russia» EVE Online. URL: https://zkillboard.com/alliance/99007969/ (дата обращения: 12.01.2019).

 $<sup>^{7}</sup>$  Группа альянса THE RUSSIA в игре EVE Online. URL: https://vk.com/club164700868 (дата обращения: 12.01.2019).

Для привлечения внимания и обеспечения лояльности своих членов альянс использует пророссийскую риторику, призывая восстановить положение русскоязычного игрового сообщества. Таким образом, он, по сути, уже ведет определенную деятельность по формированию гражданской идентичности российской молодежи.

Весьма показательно, что русскоязычные сообщества начинают активно формироваться во всех популярных многопользовательских играх последнего времени. Характерным примером может служить многопользовательский средневековый экшен от первого лица Mordhau<sup>1</sup>.

Таким образом, можно утверждать, что игровые онлайн-сообщества, с одной стороны, сохраняют достаточно заметную национальную и государственную идентичность, а с другой, обладают значительным потенциалом в качестве коммуникационного канала распространения политической информации в молодежной среде.

## Игровые онлайн-сообщества как коммуникационный канал продвижения политических идей

Игровые онлайн-сообщества как носители национальной и государственной идентичности, а также обладатели действующего канала коммуникации с молодежной средой, безусловно, могут выступать в качестве инструмента информационного воздействия государства на общество.

Эффективное использование этого сложного, комплексного инструментария потребует, в первую очередь, научного осмысления проблематики игровых онлайнсообществ. При этом исследовательские усилия должны быть направлены на разработку конкретных методов работы с такого рода сообществами в интересах российского общества и государства.

Совершенно очевидно, что это в первую очередь потребует пересмотра самого восприятия компьютерных игр, которое господствует сегодня в официально озвучиваемой парадигме и академическом сообществе, а также зачастую транслируется в общество через СМИ.

Необходимо перестать оценивать феномен онлайн-игр как исключительно вредоносный, трансформирующий сознание индивида в деструктивном ключе. Определенные шаги в этом направлении уже сделаны. От-

дельные исследования последних лет отмечены принципиальным сломом подобных взглядов. Игры перестают восприниматься как однозначно деструктивный для сознания человека конструкт, представая значимым элементом современной цифровой культуры, наравне с прочими формирующим духовнонравственное мировоззрение общества.

Тем не менее требуется, с одной стороны, систематизация существующих теоретических исследований компьютерных и онлайн-игр и киберспорта. С другой — необходим комплексный, междисциплинарный анализ игровых онлайн-сообществ с привлечением экспертов-психологов, социологов, политологов, специалистов в ІТ-сфере. В его рамках данные сообщества следует рассматривать не как социальный феномен, а как эффективный коммуникационный канал продвижения политических идей, брендов и установок в молодежной среде. Подобного рода исследования также должны иметь своей целью разработку практических технологий продвижения положительного имиджа России в мировом интернет-сообществе.

Необходимо заметить, что в случае разработки стратегии работы с игровыми онлайнсообществами (или хотя бы отдельных ее элементов в виде прикладного инструментария), ее внедрению в практику должны дополнительно способствовать два важных фактора:

Во-первых, ведущие аналитические агентства, специализирующиеся на игровой индустрии, относят Россию к крупным и перспективным рынкам. В статье уже упоминались исследования компании SuperData Research. Приведем еще два примера.

Аналитическая компания Newzoo оценивает объем российского игрового рынка в 2018 г. в 1,7 млрд дол. (11-е место в мире)<sup>2</sup>.

Согласно прогнозу компании PwC, оборот игрового рынка в России к 2022 г. достигнет 4,8 млрд дол. В результате игровой сектор обгонит по выручке телерекламу и выйдет на третье место в структуре доходов российской индустрии медиа и развлечений<sup>3</sup>. При этом общий совокупный среднегодовой темп роста российского рынка электронных развлечений и СМИ, согласно прогнозу компании PwC, составит в период до 2022 г. 8,8 %<sup>4</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Mordhau: Россия. Группа русскоязычного сообщества игры Mordhau // ВКонтакте. URL: https://vk.com/mordhauru (дата обращения: 04.06.2019).

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> 2018 Global Games Market Report. URL: https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2018-light-version/ (дата обращения: 12.03.2019).

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2018—2022 гг. URL: https://www.pwc.ru/ru/publications/assets/pwc-media-outlook-2018-Russia-web.pdf (дата обращения: 12.01.2019). <sup>4</sup> Там же.

#### Выводы

Таким образом, становится очевидна долгосрочная тенденция роста российского рынка цифровых развлечений, а также вовлеченности в онлайн-сообщество все большего числа российской молодежи, расширения цифровых каналов коммуникации. Рост привлекательности РФ как рынка сбыта продукции игровой индустрии вынуждает компании-производители игр внимательнее относиться к мнению российских потребителей [6; 7]. В последние годы наблюдаются некоторые тенденции к снижению антироссийских мотивов в сюжетно-содержательной части компьютерных игр.

Во-вторых, игровые фракции и альянсы, озабоченные вербовкой новых членов, имеют уже готовые и отработанные механизмы пропагандистской работы в молодежной среде и онлайн-координации своих членов. Прекрасный пример координации показало русское сообщество многопользовательской игры «Guild Wars 2», вышедшей в 2012 г. Игровой процесс в ней построен на том, что для победы нужно было захватить и удерживать на протяжении недели как можно больше ключевых географических точек. На практике оказалось, что огромное преимущество в игре дает использование часовых поясов. Европейцы ложились спать позднее русских игроков, и у них было некоторое время на захват их позиций. Американцы же могли действовать почти безнаказанно, поскольку глубокой ночью позиции русских игроков оставались почти без защиты. Все это вместе с численным превосходством противника ставило русские гильдии в тяжелое положение.

Однако русские сообщества сумели скоординировать тысячи своих игроков для одновременной атаки и обороны. Они вставали по будильнику ранним утром и собирались в определенное время дня для атаки американских позиций. Благодаря этой тактике русский сервер за три месяца пробился к вершинам рейтинга и удерживал эту позицию несколько недель.

Данный пример весьма показателен с той точки зрения, что игровое онлайн-сообщество уже представляет собой сформированную социальную структуру, способную к самоподдержанию, управлению своими членами и трансляции определенных идей. В данном контексте оно представляет интерес и как объект политологических исследований.

Таким образом, разработка и реализация технологического инструментария работы с игровыми онлайн-сообществами позволит эффективно использовать их возможности для продвижения смысловых установок в интересах российского общества и государства, способствуя формированию гражданской идентичности российской молодежи.

- 1. Агафонов А. Г. Социальный портрет российского онлайн-геймера // Социально-политические науки. 2017. № 2. С. 73—75.
- 2. Белянцев А. Е., Герштейн И. З. Образ страны через компьютерную игру: историко-политический аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2010. № 6. С. 279—283.
- 3. Бушуева А. А. Социально-педагогические механизмы преодоления страхов, вызванных компьютерными играми, у младших школьников // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2009. Т. 15, № 4. С. 331—335.
- 4. Денисова А. И. Компьютерные игры как феномен современной культуры // Аналитика культурологии. 2010. № 3 (18). С. 18—20.
- 5. Добровидова Н. А. Особенности эмоциональных состояний подростков, увлекающихся компьютерными играми // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 323. С. 316—319.
- 6. Иванова Н. А., Артемов А. В., Волохонский В. Л., Дубик С. В. Мотивация онлайн-гейминга в контексте теории самодетерминации (STD) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 16. Психология. Педагогика. 2016. № 2. С. 47—58.
- 7. Иванова Н. А. Мотивация игроков в компьютерные игры и киберспорт // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. 2017. № 11 (153). С. 321—325.
- 8. Кузьмина Г. П. Сидоров И. А. Компьютерные игры и их влияние на внутренний мир человека // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. 2012. № 2 (74). Ч. 2. С. 78—84.
- 9. Лебедев И. Б., Филатова Т. П. Кибернетическая лудомания новая область психологических исследований криминальной агрессии подростков // Психопедагогика в правоохранительных органах. 2013. № 1 (52). С. 55—59.
- 10. Лопатинская Т. Д. Компьютерные игры как средство вхождения в виртуальную реальность // Теория и практика общественного развития. 2013. № 8. С. 31—34.
- 11. Никитина Л. Н. Последствия чрезмерного увлечения компьютерными играми у несовершеннолетних // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. № 2 (15). С. 249—253.
- 12. Новикова О. Н. Игровая деятельность человека в пространстве виртуальной реальности // Социум и власть. 2018. № 6 (74). С. 16—25.
- 13. Пахомова В. Г. Психологические детерминанты увлеченности компьютерными играми в младшем возрасте // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2016. № 2. С. 46—57.

- 14. Покатилов А. Б., Кривко М. А. Интернетзависимость и компьютерные игры школьников 9—11-х классов г. Волгограда // Главный врач Юга России. 2015. № 3 (45). С. 39—43.
- 15. Попова Л. Г., Глудин Г. С. О плюсах и минусах увлеченности компьютерными играми // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 4 (81). С. 114—123.
- 16. Прокудин Д. Е. Проблемы социокультурной адаптации в пространстве компьютерных игр // Информационное общество. 2013. № 5. С. 30—34.
- 17. Степанцева О. А. Социальный портрет геймера // Известия российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. № 24. С. 80—83.
- 18. Часовский Н. В., Часовский П. В. Медиавирусы компьютерных игр (на примере Vault boy из серии компьютерных игр Fallout) // Челябинский гуманитарий. 2015. № 4 (33). С. 57—61.
- 19. Чирков Д. К., Саркисян А. Ж. Преступность в сфере телекоммуникации и компьютерной информации как угроза национальной безопасности // Актуальные проблемы экономики и права. 2013. № 3. С. 219—226.
- 20. Шаров К. С. Повернутые на игре. Об Этике современных компьютерных игр // Ценности и смыслы. 2013. № 6 (28). С. 8—21.
- 21. Югай И. И. Компьютерная игра как вид художественной практики // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. № 37. С. 367—372.
- 22. Balicer R. Modeling Infectious Diseases Dissemination Through Online Role-Playing Games // Epidemiology. 2007. № 18 (2). P. 260—261.

#### References

- 1. Agafonov A.G. (2017) *Social'no-politicheskie nauki*, no. 2, pp. 73—75 [in Rus].
- 2. Beljancev A.E., Gershtejn I.Z. (2010) Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo, no. 6, pp. 279—283 [in Rus].
- 3. Bushueva A.A. (2009) Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova, vol. 15, no. 4, pp. 331—335 [in Rus].
- 4. Denisova A.I. (2010) *Analitika kul'turologii*, no. 3 (18), pp. 18—20 [in Rus].

- 5. Dobrovidova N.A. (2009) *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 323, pp. 316—319 [in Rus].
- 6. Ivanova N.A., Artemov A.V., Volohonskij V.L., Dubik S.V. (2016) *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Serija 16. Psihologija. Pedagogika*, no. 2, pp. 47—58 [in Rus].
- 7. Ivanova N.A. (2017) Uchenye zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta, no. 11 (153), pp. 321—325 [in Rus].
- 8. Kuz'mina G.P. Sidorov I.A. (2012) Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. I.Ja. Jakovleva, no. 2 (74), part. 2, pp. 78—84 [in Rus].
- 9. Lebedev I.B., Filatova T.P. (2013) *Psihopedagogika v pravoohranitel'nyh organah*, no. 1 (52), pp. 55-59 [in Rus].
- 10. Lopatinskaja T.D. (2013) *Teorija i praktika obshhestvennogo razvitija*, no. 8, pp. 31—34 [in Rus].
- 11. Nikitina L.N. (2016) *Azimut nauchnyh issledovanij: pedagogika i psihologija*, no. 2 (15), pp. 249—253 [in Rus].
- 12. Novikova O. N. (2018) *Socium i vlast'*, no. 6 (74), pp. 16—25 [in Rus].
- 13. Pahomova V. G. (2016) *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*, no. 2, pp. 46—57 [in Rus].
- 14. Pokatilov A.B., Krivko M.A. (2015) I*Glavnyj* vrach Juga Rossii, no. 3 (45), pp. 39—43 [in Rus].
- 15. Popova L. G., Gludin G.S. (2010) *Izvestija Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury,* no. 4 (81), pp. 114—123 [in Rus].
- 16. Prokudin D.E. (2013) *Informacionnoe obshhestvo*, no. 5, pp. 30—34 [in Rus].
- 17. Stepanceva O. A. (2007) Izvestija rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gercena, no. 24, pp. 80—83 [in Rus].
- 18. Chasovskij N.V., Chasovskij P.V. (2015) *Cheljabinskij gumanitarij*, no. 4 (33), pp. 57—61 [in Rus].
- 19. Chirkov D.K., Sarkisjan A.Zh. (2013) *Aktual'nye problemy jekonomiki i prava*, no. 3, pp. 219—226 [in Rus].
- 20. Sharov K.S. (2013) *Cennosti i smysly*, no. 6 (28), pp. 8—21 [in Rus].
- 21. Jugaj I. I. (2007) *Izvestija RGPU im. A. I. Gercena*, no. 37, pp. 367—372 [in Rus].
- 22. Balicer R. (2007) *Epidemiology*, no. 18 (2), pp. 260—261 [in Eng].

For citing: Korotyshev A.P., Rykhtik A.A.
Online gaming communities as a resource
for forming the civic identity of Russian youth //
Socium i vlast' 2019. № 3 (77). P. 30—39.

UDC 323.21

## ONLINE GAMING COMMUNITIES AS A RESOURCE FOR FORMING THE CIVIC IDENTITY OF RUSSIAN YOUTH

#### Alexander P. Korotyshev,

Lobachevsky National Research State University
of Nizhni Novgorod,
Associate Professor of the Department Chair
of Social Security and Humanitarian Technologies,
Cand.Sc. (History), Associate Professor.
The Russian Federation,
603950, Nizhny Novgorod, prospect Gagarina, 23.
E-mail: aleks\_korotyshev@mail.ru

#### Pavel P. Rykhtik,

Lobachevsky National Research State University
of Nizhni Novgorod,
Assistant Professor of the Department Chair
of Social Security and Humanitarian Technologies,
The Russian Federation,
603950, Nizhny Novgorod, prospect Gagarina, 23.
E-mail: rykhtikpavel@fsn.unn.ru

#### Abstrac

**Introduction**. The article describes the phenomenon of online gaming communities in terms of their communication potential for forming civic identity. The authors proceed from the assumption that the gaming industry has a significant impact on modern youth's perception of Russia's images, the Russians, national cultural values and traditions.

The aim of the article is to assess the capabilities of online gaming communities as a tool for shaping the civic identity of Russian youth.

**Methods**. The authors combine the analysis of Russian scientists' scientific works with marketing research of Western analytical centers, and also consider the practical activities of Russian gamers' online communities.

Scientific novelty of the research: The scientific novelty of the study consists in considering online gaming communities as social groups of a new type, which not only carry their own unique ideas, but also have the potential to broadcast them.

Conclusions. The authors come to the conclusion that it is necessary to consider the phenomenon of online games as an important element of modern digital culture that forms civic identity. The authors justify the necessity of developing and implementing technologies of interaction between the state and society with online gaming communities.

Key concepts: public communication, computer game, gaming community, civic identity, political communication, image of Russia, perception of Russia.