

Секция «24.12 Геймификация в политическом процессе: структура, свойства, функции, динамика»

## Эволюция политической пропаганды в видеоиграх 2010–2025.

Научный руководитель – Белов Сергей Игоревич

*Силкин Павел Борисович*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра российской политики, Москва, Россия

*E-mail: pasha\_267@mail.ru*

Видеоигровая индустрия в XXI веке трансформировалась из развлекательного сегмента в полноценную медиаплощадку. По данным ВЦИОМ, в 2023 году около 59% россиян в возрасте 18–23 лет регулярно играют в компьютерные игры [9]. Глобальный рынок видеоигр оценивается в 200 млрд долларов, что сопоставимо с кинематографом и телевидением вместе взятыми [10], превращая его в привлекательный инструмент трансляции политических нарративов. Подобная масштабность индустрии признана и на уровне государственного дискурса: в России вопросы регулирования игрового контента и его влияния на политическую социализацию молодёжи регулярно поднимаются на высшем уровне.

Настоящее исследование посвящено анализу эволюции политической пропаганды в видеоиграх за период 2010–2025 гг. на основе контент-анализа 177 игровых проектов. Цель — выявить ключевые тенденции трансформации пропагандистских практик и механизмы их реализации в интерактивном контенте. Научная новизна работы заключается в разработке авторской методики когнитивного картирования для выявления скрытых идеологических установок в интерактивном контенте, а также в проведении масштабного анализа за 15-летний период.

Теоретическую рамку формируют: концепция конвергентной культуры Г. Дженкинса [5], подчёркивающая роль интерактивности в усилении идеологического воздействия; сетевой подход М. Кастельса [4], описывающий распространение нарративов через «эхо-камеры» игровых сообществ; теория медиа-эффектов П. Лазарсфельда и Э. Каца [6]; концепция «убедительных игр» (persuasive games) Я. Богоста [3], обосновывающая пропагандистский потенциал самих игровых механик — не только сюжета, но и правил взаимодействия.

Методология включает структурно-логический контент-анализ, критический дискурс-анализ и авторскую модификацию когнитивного картирования, фиксирующую «пропагандистские паттерны» в сюжете, механиках и визуальной символике [1, 2]. Критериями отбора игровых проектов в выборку служили: наличие политизированного сюжета, использование реальных геополитических конфликтов, присутствие идеологической символики, манипуляция историческими событиями.

Хронологический анализ позволил выделить три периода. В 2010–2014 гг. доминировали военные шутеры с примитивной демонизацией противника: серии Call of Duty и Medal of Honor тиражировали образы «арабского террориста» и «русского ультранационалиста» [8]. Период 2015–2019 гг. ознаменовался усложнением нарративов: наряду с «критически» играми (This War of Mine, 2014), ставящими под сомнение оправданность насилия, нарастал исторический ревизионизм — Company of Heroes 2 вызвала скандал за негативное изображение роли СССР во Второй мировой войне [7]. В 2020–2025 гг. зафиксирован резкий рост политизации контента — с 8–10 до 13–15 игр с пропагандистской повесткой ежегодно — под влиянием пандемии и обострения геополитических конфликтов. Примечательно появление западных проектов как инструментов «мягкой силы»: китайские

(Black Myth: Wukong, 2024) и российские (Atomic Heart, 2023) игры выстраивают альтернативные культурные коды за пределами западного нарратива.

По региону происхождения американские студии составляют 59% выборки, европейские — 27%, японские — 12%, китайские и российские — менее 2% каждая. Доминирование США отражает тесную связь крупных военных франшиз с государственными структурами [8], тогда как европейские студии специализируются преимущественно на исторических стратегиях и антиутопиях.

Среди ключевых инструментов пропаганды выявлены: демонизация идеологических оппонентов (131 игра, 73%); меметизация — использование упрощённых образов для «вирусного» распространения идей (101 игра, 56%); героизация собственной стороны (79 игр, 44%); исторические искажения (в том числе и использование существующих стран в альтернативных сценариях прошлого и будущего) (77 игр, 43%); допущение насилия как нормы (61 игра, 34%). Принципиальная особенность видеоигр как пропагандистской среды — синергия нарративных и механических элементов: идеологический посыл транслируется через сами правила игры.

Усиление символической пропаганды через визуальный стиль, сеттинг и дизайн персонажей фиксируется даже без прямого текстового сопровождения: образы флагов, архитектуры, униформы закрепляют устойчивые политические ассоциации на уровне визуального восприятия. Одновременно зафиксирована тенденция к нарастающей сложности политического контента в AAA-сегменте: крупные проекты всё чаще предлагают игрокам моральные дилеммы, предоставляя многослойное восприятие событий — что повышает правдоподобие транслируемых нарративов.

Таким образом, за 2010–2025 гг. политическая пропаганда в видеоиграх прошла эволюцию от примитивных бинарных оппозиций «свой–чужой» к сложным нарративным конструкциям с историческими искажениями, меметизацией и идеологическими аллюзиями. Видеоигры сформировались как самостоятельная полноценная площадка идеологической борьбы, требующая системного изучения и выработки соответствующей политики в области информационной безопасности и цифрового суверенитета.

### Источники и литература

- 1) Федорченко С.Н. Computer Game Studies: новые горизонты для политической науки // Вестник Омского университета. Серия: Исторические науки. 2018. № 4. С. 412–422.
- 2) Целыковский А.А. Утопия, война, постапокалипсис: образ СССР в видеоиграх // Известия Саратовского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2023. № 4. С. 387–394.
- 3) Bogost I. Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames. Cambridge: The MIT Press, 2007. 464 p.
- 4) Castells M. The Rise of the Network Society. 2nd ed. Oxford: Blackwell, 2010. 597 p.
- 5) Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. N.Y.: NYU Press, 2006. 353 p.
- 6) Katz E., Lazarsfeld P. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. London: Routledge, 2017. 490 p.
- 7) Majkowski T.Z. Transgressing entertainment: Political art and digital games // Proceedings of DiGRA 2015. Lüneburg, 2015. P. 1–14.
- 8) Schulzke M. The Virtual War on Terror: Counterterrorism Narratives in Video Games // New Political Science. 2013. Vol. 35. No. 4. P. 586–603.

- 9) ВЦИОМ. Гейминг по-русски. М., 2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geiming-po-russki> (дата обращения: 08.01.2026).
- 10) Newzoo. Global Games Market Report 2024. Amsterdam: Newzoo, 2024.