

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

## Проблема эксплуатации образа России в зарубежных видеоиграх жанра «шутеры»

Научный руководитель – Белов Сергей Игоревич

*Горобец Владимир Владимирович*

*Аспирант*

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

*E-mail: vladimir.gorobets.01@mail.ru*

Для современного отечественного политологического дискурса характерно возрастание дискуссий о месте и роли западной массовой культуры в конструировании образа России. Исследователями отмечается, что зарубежные продукты часто продвигают «негативный образ России» [4]. Серьезное внимание в данном контексте уделяется видеоиграм, которые, в отличие от кинематографа, литературы и музыки, не имеют популярных отечественных аналогов и разрабатываются преимущественно за рубежом. Сегодня в науке принято считать, что видеоигры являются инструментом формирования политических представлений. Актуальным становится вопрос о том, какие именно образы и смыслы транслируются молодежи через игровой контент.

Особый интерес представляют видеоигры жанра «шутер», обладающие рядом особенностей и напрямую влияющие на процесс политического восприятия образов. Шутеры – жанр видеоигр, в котором основным элементом игрового процесса является стрельба. Данный жанр отличается повышенным эмоциональным воздействием за счет достаточно агрессивной динамики и необходимости быстро принимать решения в условиях ведения внутриигровых боевых действий. С учетом специфики жанра и акцента на стрельбе, в его структуре разработчиками всегда заложен «образ врага» [3]. Эффект восприятия усиливается нейропсихологическими особенностями. Так, ученые из Монреальского университета выявили, что шутеры наиболее эффективно закрепляют образы за счет перевода человека в другое психоэмоциональное состояние, в котором долгосрочная память функционирует хуже [7], что, в свою очередь, приводит к ухудшению восприятия пространственных, социальных, исторических, а также политических ориентиров [5], которые были сформированы у человека при ранней политической социализации. Фильтр критического восприятия отключается, что приводит к наиболее эффективному закреплению транслируемых в видеоигре образов. Стоит дополнительно отметить, что шутеры – наиболее популярный жанр среди молодежи как за рубежом, так и в России [8], что говорит о массовости феномена и его широком потенциале с точки зрения закрепления образов.

Ряд исследований подтверждают, что разработчики нередко прибегают к эксплуатации образа России и русских в негативном ключе. Так, Б. Валериано и Ф. Хэбель в 2017 году выявили, что на втором месте после «мутантов» врагами в видеоиграх являлись «русские» (21% всех анализируемых видеоигр) [6]. Более того, в контексте образа России отмечается частое обращение к историческим нарративам. С.И. Белов пишет, что «практика создания игр зачастую подразумевает крупномасштабные искажения истории или ее политизацию» [1]. Как отмечает А.В. Ильичев, «из 104 проектов, вышедших в период с 1998 г. по 2024 г., посвященных Второй мировой войне: 10-ть полностью посвящены Восточному фронту (9.62%), в 19-ти Восточный фронт является составляющей проекта (18.27%), фрагментарно представлен в 10-ти (9.62%) и в 65-ти полностью отсутствует (62.5%)» [4]. Таким образом, образ СССР в таких видеоиграх практически не представлен. Характерными

примерами, по мнению отечественных ученых, являются серии шутеров *Call of Duty* и *Battlefield*, а также видеоигра *Company of Heroes 2*.

Проблема эксплуатации образа России зарубежными странами имеет многосоставной характер. Во-первых, следует говорить об историческом контексте, связанном с периодом Холодной войны. Как отмечает С.И. Белов, события второй половины XX века привели к активной «эксплуатация сложившихся в массовой культуре стереотипов, предполагавших дегуманизацию и демонизацию советской стороны» [2], а впоследствии и России. Во-вторых, в распространении подобных видеоигр важную роль играет успешный коммерческий опыт использования образа России как врага в западной массовой культуре и в видеоиграх, в частности. В-третьих, эксплуатация образа России в зарубежных видеоиграх наиболее отчетливо проявляется в периоды обострения международных отношений. Так, основные сюжеты с Россией как агрессором появляются в видеоиграх преимущественно после 2007-2008 годов (Мюнхенская речь Президента РФ В.В. Путина и конфликт в Грузии), а также после 2014 года (Крымская весна).

Таким образом, отмечается, что в зарубежных шутерах часто преобладает негативный образ России, что вызвано рядом вышеперечисленных факторов. Это говорит о потенциальной угрозе национальной безопасности РФ, связанной с искажением исторической памяти и распространением деструктивных смыслов. Систематическая демонизация русских в одном из наиболее эмоциональных жанров формирует устойчивый негативный образ среди игроков, что требует дополнительного внимания со стороны научного сообщества и государственных структур. Представляется, что перспективным направлением является разработка конкурентоспособных качественных отечественных видеоигр с опорой на мнение и запросы молодых людей при государственной и экспертной поддержке.

#### Источники и литература

- 1) Белов С. И. Компьютерные игры как инструмент реализации политики памяти (на примере отображения событий Великой Отечественной войны в видеоиграх) // Вестник РУДН. Серия «Политология». 2018. Т. 20. № 1. С. 96-104.
- 2) Белов С. И. Образ СССР в зарубежных видеоиграх 1990-х гг. // Дискурс-Пи. 2025. Т. 22. № 2. С. 145–158.
- 3) Горобец В.В. Особенности видеоигр в контексте политической социализации молодежи // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2025. Т. 15. № 6 (123). С. 1146-1155.
- 4) Ильичев А.В. Репрезентация образа «России» и «русских» в видеоиграх как составляющая часть политики мягкой силы стран Запада // Конфликтология. 2024. № 4. DOI: 10.7256/2454-0617.2024.4.72820
- 5) Федорченко С. Н. Computer Game Studies: новые горизонты для политической науки и практики // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2018. № 4 (20). С. 172–182.
- 6) Valeriano B., Habel Ph. Who Are the Enemies? The Visual Framing of Enemies in Digital Games // International Studies Review. 2016. Vol. 18. №3. P. 462-486.
- 7) West G. L., Konishi K., Diarra M., Benady-Chorney J., Drisdelle B. L., Dahmani L., Sodums D. J., Lepore F., Jolicoeur P., Bohbot V. D. Impact of video games on plasticity of the hippocampus // Molecular Psychiatry. 2017. Vol. 2. №1. P. 1-9.
- 8) Исследование: сколько россияне тратят времени на игры и какие жанры любят [Электронный ресурс]. URL: <https://vkplay.ru/media/news/issledovanie-skolko-rossiyanetratyat-vremeni-na-igry-i-kakie-zhanry-lyubyat/> (дата обращения 01.03.2026).