

*ГЕРЧИК Юрий Владимирович — аспирант 2-го года обучения факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125167, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; yuragerchik1997@gmail.com)*

## РОЛЬ ВИДЕОИГР В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА РОССИИ ВНУТРИ СТРАНЫ И ЗА РУБЕЖОМ

**Аннотация.** Цель данной научной статьи заключается в исследовании роли видеоигр в формировании имиджа России внутри страны и за рубежом. Автор рассматривает содержательную основу влияния видеоигр на личность в образовательном аспекте, анализирует научные труды, исследующие аспекты формирования имиджа России. При написании статьи были использованы издания периодической печати. В основу исследования положены методы обобщения, анализа, систематизации сбора данных. Развитие образовательного потенциала в индустрии видеоигр и активное участие России в этом процессе могут не только обогатить знания игроков о мировой культуре и истории, но и благоприятно сказаться на международном имидже страны. Это требует, однако, значительных усилий со стороны разработчиков, государственной поддержки и готовности к международному сотрудничеству.

**Ключевые слова:** имидж, Россия, видеоигры, влияние, факторы, личность

В современных реалиях имидж России на арене международных отношений столкнулся с серьезными вызовами. Конфликт на Украине, а также введение экономических санкций со стороны стран Европейского союза и Соединенных Штатов Америки привели к ухудшению восприятия России на мировой арене. Восприятие страны как надежного партнера и полноправного участника международного сообщества пострадало, что еще больше усилило политическую изоляцию и снизило возможность влияния на международной арене.

В настоящее время Россия сталкивается с рядом сложностей и испытаний, которые требуют решения в целях усиления ее международного влияния и улучшения внешнеполитического восприятия страны. Эффективность этих усилий зависит от различных аспектов, включая увеличение притока туристов, разработку и продвижение контента, связанного с национальной культурой, в виде документального и художественного кино, активное участие в выставках и др. Необходимо эффективно использовать средства информационного воздействия и агитации, направленные на распространение культурных и национальных ценностей России за ее пределы.

В XXI в. процесс интеграции видеоигр в культурное пространство влечет за собой изменение восприятия их роли в обществе. Уход от стереотипов, связанных с возрастной категорией пользователей, указывает на расширение потенциальной аудитории и углубление функционального значения продуктов данной индустрии [Анохин, Гришин, Атаев 2020: 17]. Проведенные в 2023 г. исследования показывают, что средний возраст игроков варьируется между 27 и 35 годами, при этом распределение по половому признаку практически равное: 52% мужчин против 48% женщин. Это демонстрирует высокую популярность и универсальность игр среди различных групп населения [Иглин 2023: 114]. Инсайты о демографии игроков открывают новые возможности для разработчиков и маркетологов, подсказывая направления для создания контента, который будет интересен наиболее широкому кругу пользователей. Такой подход подчеркивает роль видеоигр в формировании

культурных и социальных тенденций, а также их способность влиять на общественное сознание и представления людей.

Стоит отметить, что практически не встречаются научные позиции, которые бы однозначно говорили об исключительно отрицательной или положительной роли видеоигр в формировании личности. Так, О.В. Зарецкая, анализируя значение видеоигр, указывает, что они способствуют развитию фантазии и творческого воображения, но в то же время зачастую мешают учебно-познавательной деятельности [Зарецкая 2019: 116]. В свою очередь, О.А. Степанова, С.А. Шмаков, Д.Б. Эльконин в своих исследованиях смещают акцент именно на учебно-познавательную деятельность и потенциально положительную роль специально разработанных видеоигр в образовательном процессе. При всем этом стоит отметить, что никто из перечисленных авторов не отрицает тот факт, что компьютерные игры не ограничиваются развлекательной составляющей и почти всегда несут в себе определенную идеологическую повестку.

Существует отдельная междисциплинарная область исследований, изучающая компьютерные игры через призму политологии, — *Computer Games Studies* [Федорченко 2018: 83]. Американский социолог и публицист Д. Белл выделял влияние компьютерных технологий на социальные изменения, хотя и с определенной долей скепсиса относительно их влияния на революцию в образовании. Однако он писал о значимости этих технологий для обмена информацией и развития коммуникационных сетей.

Действительно, компьютерные игры становятся одним из самых распространенных и доступных способов воздействия на широкие слои населения, в первую очередь на менее защищенные, которые легче всего подвержены сторонним манипуляциям, — детей и подростков. Расширение аудитории видеоигр подтверждается ростом продаж и развитием игровых платформ, что способствует диверсификации игрового контента.

Статистические данные подтверждают восходящий тренд индустрии видеоигр: по результатам глобальных исследований, доход от игровой сферы в 2020 г. превысил 150 млрд долл. Этот экономический всплеск не только отражает рост численности игроков, но также изменяется отношение к играм и их использование в обучении и профессиональной деятельности.

Обсуждение в более широком аспекте демонстрирует, как индустрия видеоигр влияет на восприятие стран на международной арене. Видеоигры, насыщенные национальным духом и ценностями, становятся эффективным средством «мягкой силы». Они оказывают значительное влияние на мировоззрение и представления о других культурах среди своей аудитории. Например, известность японских игр, таких как *Final Fantasy* и *Pokemon*, существенно способствовала распространению японской культуры по всему миру. Игры предоставляют уникальную возможность для стран продемонстрировать свои достижения, историю и культуру широкой международной аудитории, влияя тем самым на образ страны в глазах мировой общественности.

Модель анализа массовых коммуникаций, созданная Гарольдом Лассуэллом в 1948 г., раскрывает механизмы, которые можно применить и к компьютерным играм. Данная модель основана на вопросах: кто говорит, что передает, через какой канал, к кому и с каким эффектом. По этой теории массмедиа выполняют функции сбора данных, их анализа, формирования общественного мнения и продвижения культуры. Высокая популярность видеоигр обусловлена уникальной способностью взаимодействовать с аудиторией и предоставлением игрокам свободы выбора в виртуальном мире.

Через призму теории Г. Лассуэлла видеоигры могут быть проанализированы как мощные средства коммуникации, способные влиять на восприятие и стереотипы в межкультурном общении. Это открывает новые перспективы для использования видеоигр в рамках государственной культурной политики и международной дипломатии.

В игровой индустрии выделяется жанр, известный как *RPG (role-playing game)*, или ролевые игры. Этот жанр позволяет участникам перевоплощаться в разнообразных персонажей и осуществлять их поведение в изменяющемся виртуальном мире, который адаптируется к их выборам и действиям. Однако, переосмысливая вопрос о возможности видеоигр влиять на имидж конкретных стран, стоит поразмышлять о фактической способности такого эффекта.

На заре нулевых годов жанр шутеров (или «стрелялок», как их часто называют в России) пользовался внушительной популярностью. Разработчики того времени зачастую избегали затрат времени на создание игр с глубоким сюжетом, предпочитая производить бюджетные шутеры разного качества.

Так, на протяжении длительного времени польские создатели видеоигр были заметны в этом жанре из-за выпуска множества продуктов сомнительного уровня. Это ухудшило восприятие игроками страны-производителя, породило среди игровой аудитории стойкий пренебрежительный стереотип, согласно которому Польша не способна производить качественные игры из-за нехватки квалифицированных программистов или из-за недостатков в системе образования по этой специальности. Существуют примеры игр, нацеленных на укрепление имиджа вооруженных сил определенных стран. Популярная серия игр *Call of Duty* представляет американских солдат в роли героических защитников правды, создавая их положительный образ среди геймеров. Такие игры не только способствуют распространению военного образа некоторых стран, но и выполняют функцию обучения [Валиуллин 2022: 316].

Европейские игровые разработки часто направлены на знакомство игроков с историческим развитием регионов – от времен античной Греции до эпохи Второй мировой войны. Примером такого подхода может служить стратегическая серия игр *Total War*, которая позволяет игрокам окунуться в различные эпохи истории, в т.ч. во времена Древнего Рима и наполеоновских войн, исходя из реальных исторических фактов.

Внутренний рынок видеоигр в России сталкивается с определенными вызовами. Большинство игр, разрабатываемых в стране, представляют собой бесплатные мобильные приложения, а доступные на рынке российские проекты часто сталкиваются с критикой из-за низкого качества.

Были предприняты попытки поднять имидж российских вооруженных сил с помощью игр, основанных на событиях в Южной Осетии в 2008 г., но успеха данные проекты не достигли из-за примитивной реализации и отчетливой пропаганды. В качестве успешного примера можно выделить игру «ИЛ-2 Штурмовик», выпущенную в 2000 г., которая получила признание за рубежом. Исполняя роль советского летчика во время Второй мировой войны, игроки исследуют значимые события, такие как Сталинградская битва. Тем самым игра вызывает интерес к истории и роли Советской армии в победе над нацистской Германией [Иванов 2019: 135].

В свете текущей геополитической обстановки России необходимо разрабатывать и воплощать в жизнь обновленные внешнеполитические стратегии, реагируя на глобальные изменения. В этом процессе ключевую роль играет имидж страны, формируемый различными факторами, – от уровня жизни граждан до развития экономики.

На фоне возрастающей важности цифровой культуры видеоигры становятся важным инструментом формирования международного восприятия. С учетом постоянно возрастающей популярности видеоигр наблюдается значительное расширение их функционала, превращения игр из средства развлечения в мощный образовательный инструмент. Это изменение дает возможность разработчикам проектов вносить весомый вклад в обогащение знаний игроков о многообразии культур и истории различных народов мира. Такая интеграция знаний способствует не только увеличению информированности аудитории, но и воспитанию уважения и понимания культурного многообразия.

Перед Россией открываются новые горизонты в улучшении своего международного имиджа посредством создания видеоигр, которые бы позитивно представляли страну на глобальной арене. Разработка качественных проектов, акцентирующих внимание на богатом российском культурном и историческом наследии, представляет собой эффективный инструмент для изменения восприятия России на международном уровне.

Российские разработчики сталкиваются с задачей создания игр, которые были бы интересны не только внутренней аудитории, но и игрокам по всему миру. Чтобы добиться успеха, игры должны обладать влекущим геймплеем и содержать образовательный элемент, подкрепленный историческими и культурными фактами. Реализация таких проектов требует объединения усилий специалистов в области гейм-дизайна, истории и культурологии, а также привлечения значительных инвестиций для обеспечения высокого качества и достоверности представленной информации.

Выделим стратегические подходы к разработке образовательных игр.

1. Сотрудничество с экспертами. Наиболее важным аспектом при создании образовательного контента является обеспечение его достоверности. Работа в тесном взаимодействии с историками и культурологами позволит создавать содержательные и научно обоснованные сценарии.

2. Мультикультурный подход. Для привлечения международной аудитории проектам необходимо выходить за рамки изучения одной лишь российской культуры и истории, предлагая игрокам погрузиться в исследование мирового культурного наследия.

3. Использование мультимедийных ресурсов. Включение в игры видеоматериалов, фотографий исторических мест и документальных записей может значительно усилить эффект иммерсии и помочь лучше усвоить материал.

4. Обратная связь с аудиторией. Важно не только создавать образовательный контент, но и получать обратную связь с игроками, чтобы понимать, какие аспекты игры наиболее эффективны в образовательном плане и какие могут быть улучшены.

В заключение отметим, что развитие образовательного потенциала в индустрии видеоигр и активное участие России в этом процессе могут не только обогатить знания игроков о мировой культуре и истории, но и благоприятно сказаться на международном имидже страны. Это требует, однако, значительных усилий со стороны разработчиков, государственной поддержки и готовности к международному сотрудничеству. Применяя указанный подход к разработке игр, Россия сможет одновременно продвигать свою игровую индустрию и работать над положительным внешним образом страны, укрепляя свое положение в международном диалоге и культурном обмене. Это будет способствовать существенному улучшению восприятия России на международном уровне, увеличивая ее привлекательность как для туристов, так и для инвесторов и партнеров.

### Список литературы

Анохин М.Г., Гришин О.Е., Атаев Т.Б. 2020. Инновации в сфере политической интернет-коммуникации: опыт США. – *Среднерусский вестник общественных наук*. № 4. С. 13-17.

Валиуллин Ю.С. 2022. Современные PR-технологии в формировании позитивного имиджа России. – *Молодой ученый*. № 52(447). С. 315-318.

Зарецкая О.В. 2019. Зависимость от компьютерных онлайн-игр как разновидность аддиктивного поведения. – *Социальная психология и общество*. Т. 7. № 3. С. 105-120.

Иванов А.Г. 2019. Компьютерные игры в обучении истории. – *Общество: социология, психология, педагогика*. № 3(59). С. 134-138.

Иглин Д.А. 2023. Видеоигры как средство формирования имиджа России. – *Youth World Politic*. № 1. С. 113-116.

Федорченко С.Н. 2018. Computer Game Studies как новая область политологии. – *Обозреватель*. № 9(344). С. 70-85.

GHERCHIC Yuriy Vladimirovich, 2<sup>nd</sup> year postgraduate student, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; yuragerchik1997@gmail.com)

## THE ROLE OF VIDEO GAMES IN FORMING THE IMAGE OF RUSSIA WITHIN THE COUNTRY AND ABROAD

**Abstract.** The aim of this scientific article is to study the role of video games in shaping the image of Russia at home and abroad. The author investigates the content basis of the influence of video games on the personality in the educational aspect and analyzes scientific works devoted to the aspects of Russia's image formation. The research bases on such methods as generalization, analysis, systematization of data collection, and uses the periodicals. The development of educational potential in the video game industry and Russia's active participation in this process can not only enrich players' knowledge of world culture and history, but also have a positive impact on the country's international image. This, however, requires significant effort on the part of developers, government support and readiness for international cooperation.

**Keywords:** image, Russia, video games, influence, factors, personality

---