

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт искусств и культуры

# **ВИДЕОИГРЫ: ВВЕДЕНИЕ В ИССЛЕДОВАНИЯ**

Ответственный редактор  
*Е.В. Галанина*

Томск  
Издательский Дом Томского государственного университета  
2018

**УДК 101.1:316.772.5:004.946**

**ББК 60.0:71.06:32.97**

**В42**

**Авторы:**

А.С. Ветушинский, А.С. Салин, Е.В. Галанина, Е.О. Самойлова,  
Ю.М. Шаев, Е.О. Акчелов, Д.В. Галкин, Л.В. Мойжес,  
М.А. Подвальный, Д.А. Батулин, К.С. Никитина

**Видеоигры: введение в исследования /**

**В42** отв. ред. Е.В. Галанина. – Томск : Издательский Дом  
Томского государственного университета, 2018. – 396 с.

**ISBN 978-5-94621-770-5**

Монография посвящена вопросам осмысления видеоигр как значимого феномена современной культуры. Основная задача, которую ставят перед собой авторы книги, – познакомить читателя с широким кругом научной проблематики в области исследований видеоигр. Монография содержит исследование истоков и эффектов видеоигр, освещает основные этапы развития игровой индустрии и *game studies*. Видеоигры исследованы с позиций философии, культурологии, психологии, социологии, религиоведения и современных вопросов образования.

Книга адресована широкой аудитории, но в первую очередь она будет интересна и полезна представителям социогуманитарных наук, которые занимаются исследованием цифровой культуры и видеоигр.

**УДК 101.1:316.772.5:004.946**

**ББК 60.0:71.06:32.97**

**Рецензенты:**

*К.А. Очеретяный*, кандидат философских наук, старший преподаватель  
кафедры философии науки и техники

Санкт-Петербургского государственного университета;

*Н.И. Петев*, кандидат философских наук, старший преподаватель  
кафедры философии и религиоведения Владимирского государственного  
университета им. А.Г. и Н.Г. Столетовых

*Монография подготовлена в рамках поддержанного РФФИ  
исследовательского проекта № 16-33-01069-ОГН*

ISBN 978-5-94621-770-5

© Ветушинский А.С., Салин А.С., Галанина Е.В., Самойлова Е.О., Шаев Ю.М.,  
Акчелов Е.О., Галкин Д.В., Мойжес Л.В., Подвальный М.А., Батулин Д.А.,  
Никитина К.С., 2018

© Томский государственный университет, 2018

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> (Е.В. Галанина) _ _ _ _ _	7
<b>1. Видеоигры: к вопросу об истоке</b> (А.С. Ветушинский) _ _	13
§ 1.1. Визуальные генеалогии _ _ _ _ _	13
§ 1.2. Людические генеалогии _ _ _ _ _	22
<b>2. Краткая история игровой индустрии</b>	
(А.С. Ветушинский) _ _ _ _ _	32
§ 2.1. Древность: от военно-промышленного комплекса к рождению игровой индустрии _ _ _ _ _	32
§ 2.2. Античность: эпоха <i>Atari</i> _ _ _ _ _	38
§ 2.3. Средневековье: эпоха <i>Nintendo</i> _ _ _ _ _	46
§ 2.4. Возрождение: эпоха консольных войн _ _ _ _ _	53
§ 2.5. Новое время: эпоха <i>PlayStation</i> и рынок компьютерных игр _ _ _ _ _	59
§ 2.6. Новейшее время: Интернет, мобильность и независимость _ _ _ _ _	67
<b>3. Проблема эффектов видеоигр</b> _ _ _ _ _	75
§ 3.1. Развлечение, обучение, терапия: многообразие эффектов видеоигр (Д.В. Галкин) _ _ _ _ _	75
§ 3.2. Социальные эффекты видеоигр: аддикция и насилие (Д.В. Галкин) _ _ _ _ _	88
§ 3.3. Как видеоигры изменили нашу жизнь? (Е.В. Галанина, К.С. Никитина) _ _ _ _ _	100
<b>4. История <i>game studies</i> как академической дисциплины</b>	
(А.С. Ветушинский) _ _ _ _ _	132
§ 4.1. Людология vs нарратология _ _ _ _ _	132
§ 4.2. Теория и практика в <i>game studies</i> _ _ _ _ _	143

§ 4.3. <i>Game studies</i> в России	148
<b>5. На пути к философии видеоигр</b> (А.С. Ветушинский)	153
§ 5.1. Три онтологии видеоигр	153
§ 5.2. Мы живем в видеоигре?	161
§ 5.3. Видеоигры как инструмент философской рефлексии	167
<b>6. Видеоигры: миф или реальность?</b>	174
§ 6.1. Мифологичность виртуального мира видеоигры (Е.О. Самойлова)	174
§ 6.2. Виртуальный нарратив: топосы, архетипы и акротипы (Ю.М. Шаев)	185
§ 6.3. Фэнтезийный неомиф Толкиена в видеоиграх (Д.А. Батурин)	208
§ 6.4. «Околоигровые феномены»: бытие <i>vs</i> фантазия (Е.О. Самойлова)	227
<b>7. Видеоигры и религия</b> (Л.В. Мойжес)	238
§ 7.1. Создание узнавания: репрезентация религии в видеоиграх	238
§ 7.2. Стратегии репрезентации религии: псевдо-реалистичная, концептуальная, смешанная	246
§ 7.3. Создание секулярности: убедительность модели репрезентации религии	266
<b>8. Видеоигры и гендер</b> (М.А. Подвальный)	271
§ 8.1. Гендер персонажа, аватара, имплицитного игрока	271
§ 8.2. История гендерной проблематики в <i>game studies</i>	281
§ 8.3. Игровое сообщество	287
<b>9. Геймификация: осмысление и переосмысление</b> (А.С. Салин)	296
§ 9.1. Понятие геймификации, ее модели и примеры	296
§ 9.2. ARG: субстрат геймификации	310

§ 9.3. Цели геймификации и ее критика _ _ _ _ _	322
<b>10. Игра в образовании</b> _ _ _ _ _	<b>335</b>
§ 10.1. Дефиниции игры, <i>game</i> и <i>play</i> (Е.О. Акчелов) _ _ _	335
§ 10.2. Игровые технологии в образовании (Е.О. Акчелов, К.С. Никитина) _ _ _ _ _	340
<b>Библиография</b> _ _ _ _ _	<b>355</b>
<b>Людография</b> _ _ _ _ _	<b>383</b>
<b>Сведения об авторах</b> _ _ _ _ _	<b>391</b>



## ВВЕДЕНИЕ



Игра старше культуры, ибо понятие культуры, сколь неудовлетворительно его ни описывали бы, в любом случае предполагает человеческое сообщество, тогда как животные вовсе не дожидались появления человека, чтобы он научил их играть.

*Йохан Хейзинга*

Игра – это тотальный феномен. Она затрагивает весь комплекс человеческих дел и устремлений.

*Роже Кайуа*

Игры – это народное искусство, коллективные, социальные реакции на основной импульс или воздействие той или иной культуры.

*Маршал Маклюэн*

И чтобы это, наконец, высказать навсегда, – человек играет только тогда, когда он в полном значении слова человек, и он бывает вполне человеком лишь тогда, когда играет.

*Фридрих Шиллер*

Люди никогда не проявляли большего таланта, чем в изобретении игры.

*Готфрид Вильгельм Лейбниц*

Важнее то, что в игре заложена ее собственная и даже священная серьезность... Тот, кто не принимает игру всерьез, портит ее.

*Ханс Георг Гадамер*

Игра – это добровольная попытка преодолеть излишние препятствия.

*Бернард Сьютс*

В XXI столетии игры станут основной платформой для построения будущего.

*Джейн МакГонигл*

Что такое игра? Ответить на данный вопрос стремились многие философы, культурологи, психологи (Ф. Шиллер, Р. Кайуа, Б. Сьютс, К. Гирц, Дж. Карс, М. Чиксентмихайи, Э. Берн, А. Гуттман и др.). Начиная с известного труда Й. Хейзинги, игра становится легитимным объектом научных исследований. В XX–XXI в. появились новые формы игры, в том числе видеоигры<sup>1</sup>, которые оказали значительное влияние на поле современной культуры, массовое сознание и социальные практики. Мировой рынок видеоигр растет стремительно, а сами видеоигры выходят далеко за пределы индустрии развлечений, они проникают в образование и науку, искусство, менеджмент, маркетинг, медицину, политику, спорт и т.д. Феномен популярности видеоигр, их социальной, культурной, экономической, медийной силы требует осмысления и отдельного изучения. Это обусловило появление нового направления научных исследований – *game studies*, – которое активно развивается в академической среде.

С 2003 года в Дании при Копенгагенском университете информационных технологий действует научно-образовательный центр – *Center for Computer Games Research*. Это первый специализированный центр по изучению видеоигр. В Финляндии ведет работу международная организация *Digital Games Research Association (DiRGA)* – ассоциация профессионалов игровой индустрии и ученых, занимающихся исследованием видеоигр и смежных феноменов. Ассоциация издает специализированный журнал, проводит международные конференции и имеет филиалы в различных странах и регионах, например, *DIGRA Nordic*, *Chinese DIGRA* *DiGRA Australia* и др. Исследования видеоигр ведутся в научных лабораториях США (например, *MIT Game Lab*), Канады, Польши, Финляндии, Норвегии и др. Университеты предоставляют образовательные программы и курсы по геймдизайну, геймификации, игровой журналистике и *game studies*, достаточно привести *New York University Game Center*.

В России исследования видеоигр проводят Московский центр исследований видеоигр (*Moscow Game Centre*), возникший на базе

---

<sup>1</sup> Термин «видеоигры» в данной книге мы будем понимать расширенно, включая сюда аркадные, консольные, портативные и компьютерные игры.

философского факультета МГУ, Лаборатория исследований компьютерных игр (ЛИКИ) Исследовательского центра медиафилософии СПбГУ, Лаборатория виртуалистики и онтологии виртуального пространства при Пятигорском государственном университете, а также отдельные ученые в регионах: Томске, Екатеринбурге, Тюмени, Владимире.

Видеоигры анализируют, используя различные исследовательские оптики и высвечивая множество граней данного феномена. Например, сегодня рассматриваются такие вопросы, как социальное значение онлайн-игр, моральные дилеммы и вопросы этики в видеоиграх, виртуальная экономика, формы памяти и репрезентации истории в видеоиграх, геймерская субкультура, видеоигры и религия и пр. В любом случае видеоигры становятся все более значимым объектом изучения наряду с другими культурными формами, такими как современное искусство, кинематограф, музыка, фотография, театр, литература и др. А *game studies* становится в один ряд с подобными дисциплинами: *media studies*, *film studies*, *cultural studies* и пр.

И хотя видеоигры все чаще воспринимаются всерьез, в российском обществе еще сильны убеждения, продуцируемые массмедиа, представителями власти, психологами и общественностью, о видеоиграх как «губительных» игрушках и развлечениях для детей и подростков, подталкивающих их к насилию и социально девиантному поведению и / или ведущих прочь от реального мира в виртуальный и иллюзорный, лишенный «земных» трудностей и проблем<sup>2</sup>. Данные стереотипы зачастую мешают незаинтересованно взглянуть на видеоигры как на феномен современной культуры, который требует обсуждения в научном контексте, без впадения в крайности.

Авторы данной книги ставили перед собой цель ввести читателя, возможно еще не знакомого с *game studies*, в основную проблематику исследований видеоигр, предоставить материал для размышления над вопросами специфики видеоигр, их популярно-

<sup>2</sup> Подобный дискурс, дисквалифицирующий видеоигры, наглядно представлен Е. Соколовым в статье «Счастье предателя: как говорят о компьютерных играх» [303].

сти, оказываемых ими эффектов, а также потенциала видеоигр для других сфер культуры, например науки и образования.

Первые две главы книги посвящены истории видеоигр. В них представлены основные вехи развития игровой индустрии, которые приводят нас к пониманию современного состояния сферы цифровых развлечений. В описании истории видеоигр мы использовали авторский подход, который структурирует историю видеоигр по аналогии с основными эпохами историко-культурного развития человечества. В первой главе в фокусе нашего исследовательского внимания – истоки видеоигр. Что есть игра? Почему в видеоиграх мы видим то, что видим? Мы последовательно проводим анализ происхождения визуальных и людических форм.

Третья глава книги повествует об этапах и сложностях формирования молодой специализированной дисциплины *game studies* в зарубежной академической среде, ее основной научной проблематике и о том, каким образом сегодня развиваются исследования видеоигр в России.

Одним из дискуссионных вопросов в исследованиях видеоигр является вопрос воздействия видеоигр на психическое и физическое здоровье человека, в первую очередь детей и подростков. Рассмотрению этого вопроса посвящена четвертая глава книги, которая раскрывает проблемы влияния видеоигр на человека, общество и культуру в целом. Опираясь на данные новейших исследований в области медицины, психологии, социальных и других наук, мы обсуждаем вопросы позитивных и негативных эффектов видеоигр.

Поскольку в России своеобразным ядром *game studies* становится философия, отдельную главу мы посвятили именно философской проблематике видеоигр. Могут ли видеоигры сегодня быть инструментом философской рефлексии? Ответ однозначный: да.

В пятой главе рассуждаем об онтологии видеоигр и онтологических основах нашей реальности. Что нового видеоигры могут сказать нам об устройстве нашего мира? Живем ли мы в компьютерной симуляции? Является ли наша реальность цифровой?

Шестая глава построена на авторской исследовательской концепции, которая рассматривает виртуальные миры видеоигр как мифологические реальности. Мы анализируем мифологические элементы, сюжеты и образы в видеоиграх. Как неомифологические рассмотрены серии видеоигр в жанре фэнтези, основанные на произведениях Дж.Р.Р. Толкиена. На богатом фактическом материале мы показываем то, как функционируют сегодня архетипы и акротипы в видеоиграх. Отдельное внимание уделено осмыслению феноменов косплея, фан-арта и фан-фикшн.

От мифологической составляющей видеоигр мы переходим к анализу взаимосвязи видеоигр и религии. Седьмая глава представляет собой исследование стратегий репрезентации религии в видеоиграх на примере трех популярных жанров: шутер, глобальная стратегия и *RPG*.

Восьмая глава сфокусирована на гендерной проблематике в видеоиграх. Каковы гендерные идеологии в игровой культуре, какими методами и инструментами они воспроизводятся? Мы рассматриваем историю гендерной проблематики в *game studies*, ее основные проблемные поля.

Девятая и десятая главы посвящены исследованию популярного сегодня феномена геймификации. Мы описываем основные модели геймификации, приводим примеры геймификации в науке, образовании и менеджменте. Уделяем внимание играм в альтернативной реальности, эмбиент-играм, первазивным и иммерсивным играм. В девятой главе представлена критика геймификации на основе анализа ее целей. Десятая глава представляет собой обзор литературы по вопросам использования игровых технологий в образовании.

Коллектив авторов представлен молодыми исследователями из ведущих российских вузов Москвы, Томска, Тюмени, Пятигорска. Книга является результатом работы по исследовательскому проекту РФФИ на протяжении трех последних лет. Авторы используют собственные исследовательские подходы к исследованию видеоигр на базе философии, культурологии, религиоведения, медиаведения, психологии, социологии и педагогики.

## Видеоигры: введение в исследования

Основные вопросы и проблемы, обсуждаемые в книге, являются дискуссионными, они выступают основой для размышления о видеоиграх, своеобразным введением в исследования видеоигр и не претендуют на всеохватность и абсолютную истину. Книга будет полезна тем, кто интересуется современным состоянием области исследований видеоигр.

***Е.В. Галанина***

*Томск, 2018*

# 1. ВИДЕОИГРЫ: К ВОПРОСУ ОБ ИСТОКЕ



## § 1.1. Визуальные генеалогии

Когда мы играем в видеоигры, то постоянно смотрим на экран. И хотя мы **смотрим** на что-то одно, **видеть** мы можем нечто совершенно другое. Для того, чтобы игра вообще состоялась, мы вынуждены не просто уметь смотреть, но уметь смотреть **правильно**<sup>1</sup>, как минимум быть способными отделять главное от второстепенного. Однако это не врожденный, а приобретенный навык. И если мы обратимся к анализу видеоигровых визуальных практик, то обнаружим, что способы видения, распространенные в видеоиграх, возникли не сами по себе, не на пустом месте, у них есть своя собственная история.

Что мы, к примеру, видим, когда играем в цифровой футбол, например *FIFA* или *PES*? Поле, ворота, мяч, игроков... Но **как** мы это видим? Во-первых, немного сверху, во-вторых, горизонтально от ворот до ворот, а не вертикально (рис. 1). Конечно, сразу можно возразить, что угол обзора

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**  
младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва

---

<sup>1</sup> В «Понимании медиа» М. Маклюэн специально отмечает, что различные культуры не только по-разному смотрят, но и видят разное [268].

можно сменить в настройках видеоигры. Но не стоит забывать, что именно такой способ обзора разработчики предлагают в качестве принятого по умолчанию. В футбольных видеоиграх данный способ видения был использован уже в 1979 г. в *NASL Soccer* для *Intellivision*. Его же мы находим в первом футбольном менеджере для домашнего компьютера *ZX Spectrum* (речь о *Football Manager* 1982 г.) и далее во множестве популярных футбольных видеоигр. И чьими же глазами геймер смотрит, когда видит футбол именно так? Чей визуальный опыт в данном случае симулируется? Правильный ответ: болельщика. Но не того, кто сидит на стадионе, а того, кто смотрит футбол по домашнему телевизору. Иными словами, визуальный опыт, который симулируется во многих спортивных видеоиграх, – это опыт телезрителя, смотрящего матч на экране.

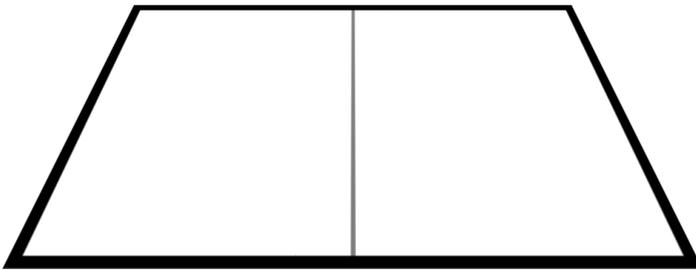


Рис. 1. Базовая точка обзора в футбольных видеоиграх

И действительно, уже с первой *Actua Soccer* (1995) футбольные видеоигры используют в качестве звукового сопровождения голос комментатора. Кроме того, в футбольных видеоиграх имеет место автоматическое переключение между различными камерами в зависимости от момента игры (речь идет о наличии как минимум трех отдельных камер: для обычного хода игры, штрафного и пенальти). Ну и, наконец, в футбольных видеоиграх используется повтор наиболее интересных и значимых игровых моментов. Таким образом, перед геймером все то же самое – стены его комнаты, диван и телевизор. При этом он не только находится там же, где обычно смотрит футбольную трансляцию, но и видит и слышит примерно то же самое, что привык видеть и слышать по

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

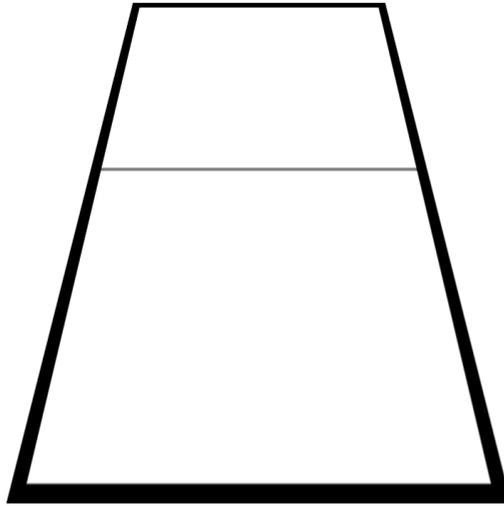
телевизору. И здесь можно вспомнить слова Нолана Бушнелла, одного из основателей *Atari*, о том, что видеоигры наконец-то позволили обществу получить контроль над своими телевизорами. Ведь домашние игровые консоли стали массовым явлением в середине 1970-х гг., видеомагнитофоны же появились только в начале 1980-х.

В этом смысле видеоигры действительно были первым устройством, позволившим зрителю самому решать, что будет показывать ему телевизор [229]. Ведь, играя в цифровой футбол, болельщик получает возможность сделать матч таким, каким он сам бы хотел его **посмотреть**. Игрок не только играет, он еще и смотрит, он всегда остается зрителем, и его руки должны сделать так, чтобы его глаза остались довольны.

Сколько бы других спортивных видеоигр мы ни взяли (будь то теннис, американский футбол, бейсбол, баскетбол и др.), везде мы увидим примерно одно и то же: все они стараются максимально напоминать телевизионные трансляции, следуя тем приемам и канонам, которые сложились на телевидении. В этом смысле можно сразу заявить, что видеоигры все время воспроизводят тот визуальный опыт, который известен нам из других культурных сфер, в первую очередь телевидения и кино. Этот тезис о вторичности видеоигр, возможно, кому-то придется по вкусу, однако на деле все, как обычно, чуточку сложнее.

Дело в том, что есть крайне значимый контр-пример: хоккей. И хотя он также вторит опыту хоккейных телевизионных трансляций (различные камеры, повторы, голос комментатора), то, как видит геймер игру в современных хоккейных видеоиграх, довольно сильно отличается от того, как ее видит болельщик по телевизору во время трансляции. Ведь если трансляция хоккейного матча использует ту же точку обзора, что и трансляция футбольного матча (см. рис. 1), то в хоккейных видеоиграх, как правило, используется иная точка обзора (рис. 2). Различие между ними заключается в том, что расстояние от ворот до ворот в хоккейных видеоиграх видится не горизонтально (как в трансляции), а вертикально, т.е. одни ворота – ближе к игроку, другие – дальше, а не одни – левее, другие – правее. Это несовпадение – вызов для раз-

говора о визуальных генеалогиях видеоигр. Ведь выходит, что нам **привычно** видеть хоккей в видеоиграх так, как мы **не привыкли** видеть его ни на арене, ни по телевизору.



**Рис. 2.** Базовая точка обзора в хоккейных видеоиграх

Но это только первое затруднение. Второе обнаруживается, как только мы решаем посмотреть на вопрос с исторической точки зрения. Ведь камера, по умолчанию используемая в современных хоккейных видеоиграх, стала таковой лишь в 1993 г. (вместе с выходом *NHL' 94* от *EA Sports*)<sup>1</sup>. До этого на протяжении более чем 10 лет исходной была другая точка обзора, полностью совпадающая с тем, как хоккей транслируют по телевизору (и в этом смысле совпадающая с футболом)<sup>2</sup>. Что же такого произошло, что совпадающее перестало совпадать?

---

<sup>1</sup> Конечно, хоккейные видеоигры с вертикальной камерой выходили и до *NHL' 94* (например, в 1991 г. вышли *EA Hockey*, *NHL Hockey* и *TV Sports Hockey*, а в 1992 – *Championship Hockey* и *NHLPA Hockey' 93*), однако именно в 1993 г. вертикальная камера начала стремительно вытеснять горизонтальную (и успех *NHL' 94* здесь действительно сыграл ключевую роль).

<sup>2</sup> С 1981 по 1991 г. на рынке хоккейных видеоигр не вышло ни одного крупного тайтла с вертикальной камерой обзора, зато с горизонтальной камерой стабильно выходило сначала 1–2 тайтла (с 1983 по 1986), затем 2–3 тайтла (с 1987 по 1990), а затем и 3–4 (1991 и 1992). С 1993 по 1998 г. хоккейные игры с горизонтальной камерой также продолжали выходить, но уже по 1–2 тайтла в год. С вертикальной же камерой только в 1993 г. вышло аж 5 тайтлов.

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

Проблема не только в том, чтобы объяснить несовпадение между тем, как хоккей выглядит в видеоиграх, и тем, как он выглядит на телевидении, но и найти сам момент в истории хоккейных видеоигр, когда камера, совпадающая с трансляцией, вдруг сменилась на иную, уже не совпадающую с ней. Ведь то, что здесь произошло, подобно платоновскому анамнезису, когда геймеры, увидев новую точку обзора, как бы вспомнили, что именно таким хоккей всегда уже должен был быть, чтобы соответствовать своей Идее. Но почему он тогда был таким не всегда? Для того, чтобы ответить на этот вопрос, следует обратиться в 1970-е гг., в момент зарождения игровой индустрии.

Как известно, первой коммерчески успешной видеоигрой была вышедшая в 1972 г. *Pong* от *Atari* (рис. 3). Эта игра произвела настоящий фурор: буквально за год самые разные клоны *Pong* не только заполонили территорию США, но и проникли в Европу и Японию.

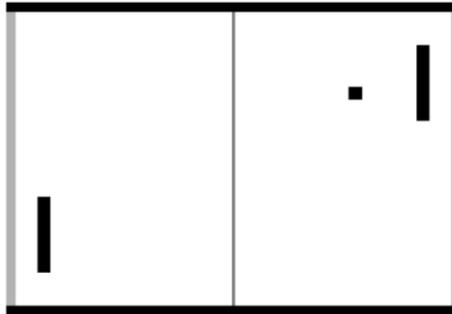
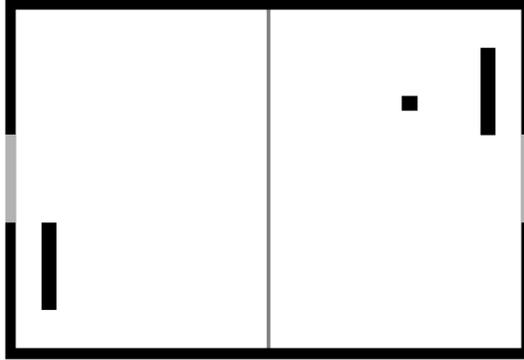


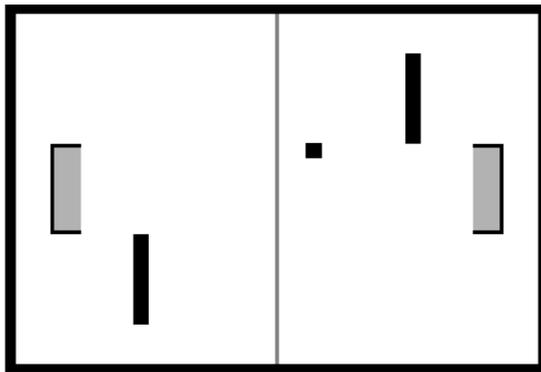
Рис. 3. Схематичное изображение *Pong*

В этом смысле не будет ошибкой сказать, что *Pong* была не просто игрой, наряду с другими, но игрой по умолчанию. И это не могло не иметь последствий для геймдизайна. Ведь первые игры, следующие за *Pong*, – это игры, сделанные на основе ее механики. Именно из *Pong* были созданы не только футбол, баскетбол, волейбол или хоккей, но и игры типа *Tank* (1974), *Gun Fight* (1975) и даже *Adventure* (1979). Все это было сделано путем серии переводов, в основе которых лежала игра 1972 г. [122]. И вот как, к примеру, из *Pong* сделать футбол? Достаточно просто изменить размер отверстия, через который шарик может выйти за пределы игрового пространства,

тем самым воспроизведя образ футбольных ворот (рис. 4). А чтобы сделать хоккей, нужно вообще перенести сами ворота так, чтобы шайба могла отскакивать от границ игрового поля не только сверху / снизу, но и за воротами, как в настоящем хоккее (рис. 5).



**Рис. 4.** Схематичное изображение футбола на основе *Pong*



**Рис. 5.** Схематичное изображение хоккея на основе *Pong*

В этом смысле вполне можно заявить, что футбол следует вовсе не футбольной трансляции (к ней он, как и другие спортивные видеоигры, скорее, стремится), а тому, как в 1972 году в видеоиграх был представлен настольный теннис. Та же ситуация и с хоккеем. На протяжении 10 лет горизонтальная точка обзора была базовой просто потому, что хоккей, как и футбол, унаследовали геймдизайнерские решения игры *Pong*.

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

Здесь важно отметить, что изменение точки обзора имело место не только в хоккее. Просто в хоккее данное изменение оказалось принципиальным, поскольку выяснилось, что точка обзора, применявшаяся ранее (и доминирующая вплоть до 1993 г.), подлинному хоккею как бы не соответствует. В футболе же было не так. В 1980-е гг. создатели футбольных видеоигр также делали футбольные игры не с горизонтальным, но вертикальным (как сегодня в хоккее) способом обзора. В 1980 г. вышла *Pele's Soccer*, в 1982 г. – *International Soccer*. Затем последовали еще игры, однако действительно живой серией оказалась лишь *Sensible Soccer* (1992) от *Sensible Software*. Ее расцвет пришелся на первую половину 1990-х гг. Первая часть вышла в 1992 г., последняя – в 1998. В начале 2000-х гг. была предпринята попытка реанимировать данную серию, но, в итоге, *Sensible Soccer 2006* вышла только в Европе. С хоккеем же ситуация была иной. И хотя уже в 1981 г. на *Atari 2600* вышел хоккей с вертикальной камерой, все остальные хоккейные игры затем эксплуатировали только горизонтальный вид<sup>1</sup>.

Вертикальная камера отсутствовала аж до 1991 г. Но в 1993 г., сразу после выхода *NHL' 94* с камерой, идентичной современным хоккейным видеоиграм, игры с горизонтальной камерой просто перестали выходить. С 1993 по 1998 г. в среднем в год выходит всего одна-две игры с горизонтальной камерой, в то время как с вертикальной – три-пять. А с 1998 по 2005 г. уже не обнаруживается ни одного крупного хоккейного проекта, использующего горизонтальную камеру. Далее ситуация не менялась.

Таким образом, футбол не вторит трансляции, ему просто повезло совпасть с тем, как выглядел настольный теннис в игре *Pong*. А вот хоккею не повезло. Именно поэтому смена базовой камеры в футболе не привела к успеху, а в хоккее – привела. Но как объяснить это базовое несовпадение? Почему в футболе камера горизонтальная, а в хоккее – вертикальная? Для того, чтобы ответить на этот вопрос, нам нужно снова вернуться в прошлое.

Видеоигры возникли в научных лабораториях в середине XX в. Но прежде чем они проникли в наши дома и квартиры, они

---

<sup>1</sup> Среди них такие известные игры, как *Blades of Steel* (1987), *Hit the Ice* (1990) и *Wayne Gretzky Hockey* (1988).

были вброшены в публичное пространство, как правило, бары (что впоследствии породило целую культуру залов игровых автоматов, где пиво и закуска были заменены на газировку и пиццу). Но вот в чем дело: до появления и распространения цифровых игровых автоматов в барах уже стояли аналоговые игровые автоматы. Иными словами, люди знали, что такое игровые автоматы, но еще не знали, что такое видеоигры. Поэтому изначально новые игровые устройства стояли бок о бок со старыми. Именно это обстоятельство и позволяет разгадать нашу загадку.

Дело в том, что спортивные видеоигры действительно развиваются в сторону все большей аудиовизуальной схожести с телевизионными трансляциями. Однако визуальную устойчивость они черпают не отсюда. Ведь спортивные видеоигры – это не сами спортивные игры, но как бы игры в игру, то есть **рефлексивные** игры. Сыграть в футбол означает взять мяч и выйти на улицу. А вот сыграть в то, как мы играем в футбол, можно и иначе – без мяча и спортивной обуви. И вот у такой игры в игру имеется своя история, более древняя, чем история видеоигр. И если вернуться к футболу и хоккею, какими мы их видим сегодня в видеоиграх, то стоит задать себе один очень простой вопрос: где футбол и хоккей уже были так визуализированы и представлены, что в футболе ворота располагались по правую и левую стороны от игрока, а в хоккее – одни ближе, другие дальше? Ответ: в настольных версиях этих игр.

И действительно, кикер и настольный хоккей (как и аэрохоккей) в плане визуального опыта практически полностью идентичны опыту, продолжающему воспроизводиться в футбольных и хоккейных видеоиграх. В этом смысле геймер, с одной стороны, видит и слышит то, что привык видеть и слышать по телевизору, а с другой – видит и телесно воспринимает то, что его тело привыкло видеть и воспринимать в более ранних типах подобных игр. И дело не в том, играл ли он сам в такие игры, он в любом случае причастен к опыту тех, кто играл в них в доцифровую эпоху. Просто потому, что видеоигры не возникли на пустом месте, как и практики, им сопутствующие. Ведь геймпад от игровых платформ занимает ровно то положение, что и рычаги в настольных версиях футбола и хоккея. Более того, можно

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

даже сказать, что именно эти игрушечные футболисты и хоккеисты как раз и оживают в видеоиграх, так что по крайней мере с аудиовизуальной стороны снимается различие между тем, как выглядит сама игра, и тем, что в ней репрезентируется.

Таким образом, видеоигры – это продолжение более ранних игр. Поэтому дело не в том, что есть какая-то реальная реальность и виртуальность, подменяющая реальность (неподлинная и иллюзорная), а в том, что никакой такой раздвоенности вообще не существует. Ведь не реальность как бы оцифровывается и подменяется в современных играх, но более ранние типы игр все больше «оживают»: фигуры становятся все активнее, фон автономнее, образы приходят в движение (уже не просто субъективно, в воображении, но объективно, на экране телевизора или монитора), а сами игры все более приближаются к тому, что изначально старались ухватить и воспроизвести (речь, естественно, об условном воспроизведении – иначе это были бы уже не игры).

И хотя мы подробно рассказали про исток визуальных видеоигровых практик только на примере спортивных игр, мы настаиваем, что в других случаях это работает точно так же. Стратегии в реальном времени (*RTS – real-time strategy*) визуально следуют настольным экономическим и стратегическим играм. *The Sims* (2000), к примеру, изначально задумывалась как игра в кукольный дом. Игры от третьего лица аналогичны визуальному опыту, который переживают дети, когда берут в руки игрушки (например, солдата или куклу) и управляют ими, разрешая различные ситуации, решая проблемы или справляясь с воображаемыми врагами. А игры от первого лица отсылают нас к опыту игры в «войнушку», когда найденная во дворе палка превращалась в автомат, а ваш друг – во врага, с которым надо было сразиться.

Видеоигры основываются на уже имеющемся опыте. И визуальный опыт не является исключением. Хотя видеоигры создают новые практики, они во многом являются реинтерпретацией и трансформацией других практик, уже имевших место в культуре. Понимать и описывать эти генеалогии означает делать первый шаг на пути к пониманию видеоигр и способов их существования.

## § 1.2. Людические генеалогии

Играя в видеоигры, мы смотрим на то, как играем. Но кроме того, что мы **смотрим**, мы еще и **играем**. Поэтому кроме визуальных генеалогий имеет смысл говорить о людических (игровых) генеалогиях. Конечно, как и в предыдущем параграфе, это будет лишь эскиз полноценного исследования, посвященного формальной истории видеоигр. Но у нас другая задача – еще более явно продемонстрировать связь видеоигр с игрой в целом (которая, как об этом говорил Хейзинга, всегда шла бок о бок с человеческой культурой вообще, а в некоторых отношениях – даже предшествовала ей) [321].

Что же такое игра? Хейзинга отмечал, что игру лучше всего можно понять через акт добровольного самоограничения. И действительно, условием игры является принятие правил. А правила – это всегда ограничения. Они регламентируют не только то, что можно делать, но и то, что делать запрещено. Более того, исходя из положения, что нечто делать нельзя, как раз и возникают границы, в пределах которых что-то можно (в чем и заключается искусство геймдизайна). В то же время, если правила приняты не свободно, ни о какой игре речи не может быть. Игра по принуждению – это уже не игра.

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**  
*младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва*

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

Именно это и позволило Хейзинге заявить, что игра – это маленькая область порядка в окружающем его хаосе. Ведь наш мир не является игрой именно потому, что в нем все непонятно, сегодня оно так, а завтра иначе. И лишь в игре мы способны возвысить этот мир до того порядка, который хотели бы в нем отыскать. В этом и заключается идея магического круга – границ в пространстве и времени, в рамках которых этот самый порядок есть. Хейзинга сделал многое для превращения игры в отдельную тему культурологических исследований, однако его понимание игры все еще оставалось слишком абстрактным.

Ведь ясно, что игры бывают разными. Здесь уместно обратиться к Р. Кайуа, который как раз и попробовал навести в этой области концептуальный порядок [242].

Во-первых, он ввел различие между *paideia* и *ludus*, игрой неупорядоченной (условно говоря, «детской») и упорядоченной (дисциплинированной, «взрослой»). Ведь можно играть во все и ни во что конкретно (попрыгать, побегать, покружиться, что-то напредставлять), а можно взять и поставить перед собой цель – прыгнуть выше, чем прыгнул раньше, пробежать быстрее, чем раньше пробежал, бросить камень дальше, чем бросил раньше и т.д. Последняя деятельность и есть *ludus*. Причем стоит отметить, что *ludus* возможен там, где можно вести интерсубъективно проверяемый счет (больше–меньше, дальше–ближе, выше–ниже и т.д.).

Во-вторых, он разделил все множество игр на четыре базовых типа: *agon*, *alea*, *mimicry*, *ilinx*. И действительно, хотя мы и можем посмотреть буквально на все как на игру, сами игры бывают разными. *Agon* – это состязательные игры (неважно, с другими или с самим собой). *Alea* – игры случая (типа игры в кости). *Mimicry* – разыгрывание ролей. *Ilinx* – игры, вызывающие головокружение.

При этом все эти типы игр резонируют друг с другом и производят четыре типа напряжений:

1) *agon-alea* (все зависит от меня и моих способностей / ничто не зависит от меня, все в руках богов);

2) *mimicry-ilinx* (все происходит не со мной, а с кем-то другим / все происходит со мной, но я как бы лишаюсь почвы под ногами);

3) *agon-mimicry* (бегство из несовершенного мира в правильный, упорядоченный мир / бегство от несовершенного себя к лучшему, правильному себе);

4) *alea-ilinx* (боги и их аффекты / я и мои аффекты).

Согласно Кайуа, все основные игры, которые только можно придумать, в основе своей будут принадлежать одному из четырех типов, резонируя с другими типами и неся их элементы в себе. Например, видеоигры – это не только *ludus* (хотя в основе своей это, конечно же, *ludus*, что связано хотя бы с их цифровым устройством), но и *paideia*, что проявляет себя в видеоиграх с открытым миром, в особенности в так называемых «песочницах».

Из четырех типов игр в видеоиграх самым общим является *agon* (игры против «компьютера» или против других игроков), однако и остальные типы игр в них также присутствуют. Например, *alea* описывает интерес игроков к таким игровым элементам, как лутбоксы, *mimicry* фиксирует тот факт, что мы играем не за себя, но за своего аватара, а *ilinx* может объяснить интерес геймеров к VR. Таким образом, видеоигры, как и игры в целом, принципиально множественны в себе. И хотя едва ли именно классификация Кайуа может быть признана наиболее оптимальной для описания этой множественности, важно здесь то, что сами игры слагаются из различных и не всегда прямо соизмеримых между собой игровых механик и элементов.

Однако не только игры способны рассказать что-то о видеоиграх, но и видеоигры могут оказаться полезными для понимания специфики и устройства игр вообще. В предыдущем параграфе мы уже показали, как *Pong* превращался в футбол и хоккей путем добавления новых игровых элементов. Но это лишь одна из возможных траекторий. Ведь *Pong*, как уже было сказано, является нулевой точкой в эволюции видеоигр. А значит, мы действительно можем построить своего рода эволюционное древо видеоигровых механик, рассматривая их как продолжение и изменение исходной механики, сложившейся к 1972 г.

Возьмем, к примеру, культовую игру *Space Invaders* (1978). С успеха именно этой игры японские разработчики осознали, что способны не только копировать американские игры, но и делать

то, что потом будут копировать все остальные. Однако *Space Invaders* также возникла не на пустом месте. Более того, она тоже является продолжением игры *Pong*. Эволюционную цепочку *Space Invaders* можно построить следующим образом: *Pong* (1972) => *Breakout!* (1976) => *Space Invaders* (рис. 6–8).

*Pong* – это игра для двоих. Один игрок находится слева, другой справа. Оба они смотрят на один экран, но при этом играют друг против друга.

*Breakout!* – это вариация *Pong* для одного игрока, созданная Стивом Джобсом при непосредственном участии его будущего партнера по *Apple* Стива Возняка.

И так как игрок теперь играет против машины, то и точка зрения становится иной. Игрок как бы смотрит вглубь экрана и понимает, что его враг находится где-то «внутри» автомата. Именно поэтому прямоугольный объект, которым управляет игрок, отныне находится внизу экрана, а не сбоку, как это было в оригинальном *Pong*. Проигрыш в *Breakout!*, как и в *Pong*, связан с пропуском пересекающего игровое поле объекта («мячика»), который как раз и должен отбивать игрок, уничтожая блоки в верхней части экрана (судя по рекламным постерам, речь о кирпичной стене, которую надо разломать). *Space Invaders* – это тот же *Breakout!*, но «кирпичи» теперь – инопланетные захватчики, приближающиеся все ближе к планете, которую надо попробовать спасти (хотя это и невозможно).

Правда, чтобы лучше понять эту короткую эволюцию, следует рассмотреть еще один шаг в интерпретации игровых элементов игры *Pong*: наделение новым значением самого шарика (который, к примеру, к 1980 г. вообще станет протагонистом игры *Adventure*) [122]. И действительно, почему большинство первых игр, основанных на механике *Pong*, спортивные? Дело просто в том, что мячик / шарик / шайба предстает в качестве объекта желания (а это – принципиальный момент практически любой спортивной игры). Тот, кто им владеет, побеждает, тот, кто его упускает, проигрывает. Но что случится, если этот объект перестанет быть объектом желания, но станет объектом избегания, чем-то, с чем ни в коем случае сталкиваться нельзя?

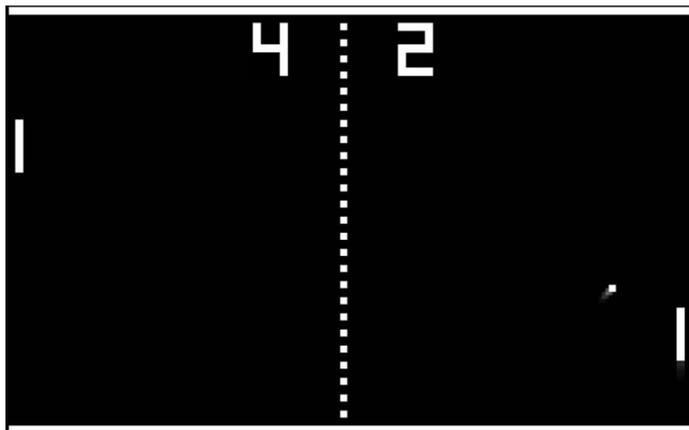


Рис. 6. Скриншот *Pong* (1972), *Atari / Atari*

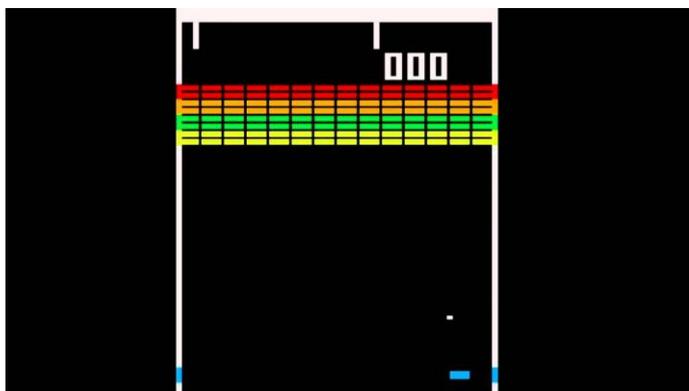


Рис. 7. Скриншот *Breakout!* (1976), *Atari / Atari*



Рис. 8. Скриншот *Space Invaders* (1978), *Taito / Midway*

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

Ответ прост: так возникнет жанр «шутер». Одна из первых игр такого рода – *Gun Fight* (рис. 9). Это все тот же *Pong*, но теперь прямоугольники превратились в ковбоев, а мячик – в пулю. Настольный теннис превратился в дуэль.



Рис. 9. Скриншот *Gun Fight* (1975), Taito / Midway

Эти генеалогические линии можно продолжать и продолжать, но важным здесь является следующее: в основе видеоигровых механик лежит такая игра, как теннис. И это не только *Pong*, но и *Tennis for Two* 1958 г., созданный под руководством Уильяма Хигинботама. *Pong* – это, по сути, теннис, только видимый сверху, а *Tennis for Two* – сбоку. В качестве эволюционного развития в одном случае мы получаем футбол и хоккей, в другом – волейбол и баскетбол (так как при виде сверху крайне проблематично учесть силу гравитации).

Все рассмотренные генеалогии позволяют выдвинуть спекулятивную гипотезу об эволюции игр вообще. Ее спекулятивный характер связан с тем, что исторически крайне сложно (если вообще возможно) проследить поэтапную эволюцию игр. В конце концов, уже в древнеегипетской культуре мы находим игру, по своим визуальным и людическим составляющим не уступающую современным «Монополии» и «Игре в жизнь». Речь об игре «Сенет», самые древние копии которой датируются 3,5 тыс. лет до н. э.

Если представить, как могли развиваться игры (повторимся: речь о спекулятивной, а не исторической реконструкции), то можно предположить следующее: самые древние игры были связаны с базовыми физическими способностями человека – бег, прыжок, приседание, бросок предмета. Это могла быть просто хаотичная неутилитарная деятельность, которую вслед за Кайуа можно обозначить как *paideia*. Принципиальным же является переход к *ludus*. Ведь можно взять и постараться прыгнуть, что есть сил. А можно спросить себя: могу ли я прыгнуть еще выше? Это и есть *ludus*. Ведь именно он связан с работой над собой, дисциплиной и самосовершенствованием. Причем сначала можно соревноваться с собой, затем соревноваться с другими, а после вообще прийти к тому, чтобы назначить специальные даты для состязаний, к которым следует начать готовиться заранее. Возьмем, к примеру, бросок каменю-нибудь предмета, например камня. Сначала можно бросать на дальность. Минимальный людический уровень – занять специально отмеченное положение и бросать, отмеряя результат.

Но если рассмотреть эволюцию такой минимальной игры по аналогии с эволюцией *Pong*, то можно выстроить следующую траекторию развития:

- 1) сначала мы бросаем на дальность (т.е. здесь важна только сила);
- 2) затем мы бросаем в цель (здесь уже важна точность);
- 3) затем мы бросаем в цель, но не разово, а несколько раз, имея возможность новыми «каменьями» попадать по уже брошенным «каменьям», продвигая их все ближе к цели (здесь уже необходима тактика);
- 4) все то же самое, но теперь мы бросаем не рукой, а, к примеру, специальным орудием – той же «клюшкой» (здесь уже нужно мастерство).

Так из броска на дальность можно поэтапно вывести такие игры, как петанк, гольф или бильярд.

Конечно, здесь мы не претендуем на полную реконструкцию людической эволюции игровых элементов и механик, лежащих в основе всех человеческих игр. Здесь важно другое: цифровые технологии и устройства – это еще одни дополнительные посредники

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

в истории поэтапного, эволюционного усложнения игр. И действительно, есть бутсы, клюшка, кий, боксерские перчатки, а есть смартфон и геймпад от игровой платформы. Есть арена для бокса, бильярдный стол, шахматная доска, а есть персональный компьютер и игровая консоль. Конечно, те же шахматная доска и игровая консоль различны, но функциональное сходство есть. Отличаются же они введением дополнительного рефлексивного этажа. И если настольные игры – это рефлексия над своего рода «естественной» игрой, то видеоигры – это рефлексия над рефлексией.

В этом смысле концептуально историю игр можно подразделить на три основных этапа:

- 1) до-рефлексивные «телесные» игры, восходящие к бегу, прыжку, приседанию и броску (например, футбол);
- 2) рефлексивные игры (например, кикер);
- 3) рефлексивные игры второго порядка (например, цифровой футбол).

Причем рефлексивность достигается за счет возможности игрока занять позицию идеального внешнего наблюдателя, который, участвуя в игре, как бы «витают» над разворачивающимися событиями. В этом смысле видеоигры являются наследниками именно настольных (рефлексивных) игр.

И действительно, видеоигр не было бы без компьютера. Но сам компьютер стал играть не просто так. Более того, игры, в которые он заиграл, подбирались не случайно. В первую очередь, это были интеллектуальные игры – шашки, шахматы, го. Но если мы задумаемся, какого типа эти игры, то ответ окажется не таким уж и тривиальным. Все они являются военными по своей сути (оригинальные фигуры шахмат, к примеру, соответствовали реальным боевым единицам Древней Индии, где они впервые и возникли) [67]. Кстати, как и сам компьютер, также являющийся детищем войны. Поэтому нет ничего удивительного в том, что видеоигры сразу же были использованы для разыгрывания новых войн с новыми, нечеловеческими оппонентами (каким, к примеру, был бескомпромиссный *IVAN*, готовый в любой момент нажать на красную кнопку) [225], а классическим для компьютерных игр жанром стали именно стратегии в реальном времени.

С другой стороны, видеоигры не появились бы без существования игровых автоматов (типа кикера и аэрохоккея). Причем главным среди них, конечно же, являлся пинбол. Именно «лапки» («флипперы»), которыми игрок в пинболе отбивает металлические шарики, по большому счету и являются объектами, которыми управляют игроки в *Pong*. Но пинбол – тоже не *causa sui*. Сам он является шагом в эволюции игры под названием «багатель», в свою очередь, являющейся шагом в развитии бильярда (эволюцию которого мы уже попытались спекулятивно воссоздать выше).

Третьим источником видеоигр являются настольные игры типа «Монополии» или *Cluedo*. Особенно это видно на примере первой в истории видеоигр домашней игровой консоли *Magnavox Odyssey*, вышедшей в 1972 г. Эта консоль как раз и фиксирует переходный этап между старыми настольными и новыми цифровыми играми. Ведь в комплекте с консолью шли не только игры (их нельзя было покупать отдельно), но и специальные карты, фишки, подробные буклеты с описанием правил всех игр, а главное – полупрозрачные цветные изображения, которые можно было прикреплять к экрану телевизора (для каждой игры – свое изображение). Сами игры были очень похожи друг на друга, они были черно-белые и рассчитаны на двух игроков. При этом графика создавалась аналоговыми средствами – игроки просто прикрепляли к экрану нужное изображение (гоночную трассу, хоккейную арену или дом ужасов). В этом смысле можно сказать, что игра разворачивалась не по ту, а по эту сторону экрана. В конце концов, сами игры даже не вели счет. Это (как, впрочем, и все остальное) должны были делать сами игроки, общаясь друг с другом.

Таким образом, *Magnavox Odyssey* – это явное расширение классических настольных игр. Просто картонное игровое поле отныне становилось полупрозрачным и проецировалось на экран. Телевизор в этом смысле постепенно становился заменой стола. И если раньше сидели за столом, то теперь – у телевизора. Но функция телевизора была идентичной той функции, которую стол играл в настольных играх. Единственное, что по-настоящему менялось, – игры начинали как бы оживать. В случае *Magnavox Odyssey* это имело место совсем немного (на полупрозрачной кар-

## 1. Видеоигры: к вопросу об истоке

те начинали двигаться светящиеся объекты, которыми управляли игроки), но чем дальше, тем все сильнее они оживали (вплоть до реалистичных тел в мире, визуально напоминающем наш собственный).

Таким образом, видеоигры – это наследники настольных игр. Но если настольные игры как бы схватывали некоторое явление целиком, позволяя работать с ним как с единым объектом (данном субъекту во всей его целостности), то видеоигры схватывают и само это схватывание. Поэтому неудивительно, что на новом рефлексивном витке изъятый от субъекта становится его собственное воображение. Современные цифровые устройства отныне воображают вместо нас. И если в случае настольных игр разыгрываемые ситуации оживали в «голове» у игроков, то теперь они оживают на экране монитора или телевизора. Именно это обстоятельство позволяет говорить о видеоиграх как о новом рефлексивном витке в общей эволюции игр и игрового мышления.

## 2. КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ<sup>1</sup>



### § 2.1. Древность: от военно-промышленного комплекса к рождению игровой индустрии

Не только история видеоигр, но и история игровой индустрии еще далека от того, чтобы быть окончательно написанной. И хотя мы знаем, какие компании оказали наибольшее влияние на развитие игровой индустрии, какие проекты стали наиболее успешными и кто именно стоял за их созданием, мы еще не до конца понимаем, какие основные этапы своего развития прошла игровая индустрия и в чем заключается особенность каждого из них. В данной главе мы попробуем описать такие особенности. При этом для того, чтобы они были понятными и легко запоминались, мы будем использовать схематизацию, принятую в современной истории. То есть историю видеоигр мы рассмотрим так, как если бы она подразделялась на основные историче-

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**  
*младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва*

---

<sup>1</sup> Настоящая глава написана на основе целого ряда книг и статей, посвященных истории игровой индустрии [11, 19, 62, 69, 104, 122, 229, 263, 319, 327].

## 2. Краткая история игровой индустрии

ские периоды: Древность, Античность, Средние века, Возрождение, Новое время и Новейшее время.

История Древности – это история величественных цивилизаций, внутри которых все подчинялось единому центру. Применительно к истории видеоигр такими «цивилизациями» являлись военно-промышленные комплексы различных стран, внутри которых впервые и возникли видеоигры. Но поскольку видеоигры возникли внутри структур, перед которыми и так стояли задачи, которые необходимо было решать, то ясно, что видеоигры не возникли просто так, но также были подчинены глобальным целям.

То есть первый этап в истории видеоигровой «Древности» – это этап, когда видеоигры воспринимались как средство для достижения некоторой цели, но не как сама цель.

И действительно, самыми ранними предшественниками игровой индустрии можно считать Томаса Голдсмита мл. и Эстла Рэй Манна, еще в 1947 г. запатентовавших развлекательное устройство на электронно-лучевой трубке, а также Алана Тьюринга, в том же году написавшего программу для игры в шахматы. Причем случай Тьюринга особенно примечателен: ведь компьютеры того времени, несмотря на их вес (30 тонн), занимаемую площадь (63 м<sup>2</sup>) и стоимость (полмиллиона долларов), еще не были способны запускать подобного рода программы. Поэтому, не имея возможности опробовать такую программу на компьютере, в 1952 г. Тьюринг (буквально за полгода до его обвинения в гомосексуализме, которое, как известно, привело его к самоубийству) опробовал ее на себе. И хотя в шахматы играл сам Тьюринг, делал он это не за себя, а за свой алгоритм. То есть каждый раз, прежде чем сделать ход, он садился вычислять, какой ход сделала бы его программа. Иными словами, первая в истории компьютерная игра была сыграна **в воображении** Тьюринга.

Хотя Тьюринг и не успел сыграть в шахматы на компьютере, его идеи вдохновили многих ученых пойти по этому пути. Так, в 1951 г. в рамках английской выставки науки Джон Беннет представил машину, умеющую играть в ним (*Nimrod*). В 1952 г. в рамках исследований в области человеко-компьютерного взаимодей-

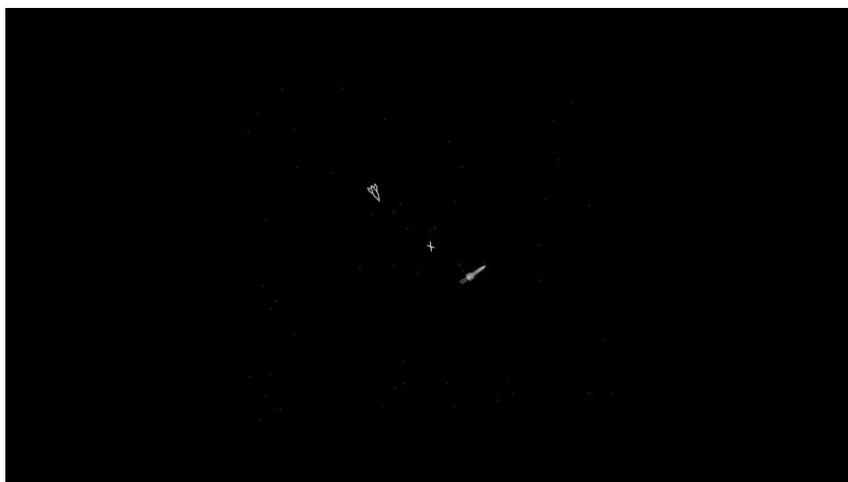
ствия Александр Дуглас написал игру «крестики-нолики». В том же году сотрудник *IBM* Артур «Арт» Самуэль представил компьютерную игру в шашки. Конечно, это были не самоценные игры. Как уже было сказано в предыдущей главе, интеллектуальные игры позволяли наглядно проверить способность компьютера к вычислительной деятельности. То есть создание таких игр было побочным продуктом более серьезных научных изысканий.

Примерно такая же ситуация сложилась и с игрой *Tennis for Two* Уильяма Хигинботама. Она была представлена на выставке научных достижений в Брукхейвенской национальной лаборатории в 1958 году. И хотя эта игра произвела настоящий фурор, ее появление на свет было связано с попыткой очистить имя и авторитет науки после всех тех ужасов, которые ассоциировались с ней после Второй мировой войны. Основная цель выставки заключалась в том, чтобы показать: наука способна не только убивать, она способна менять жизнь обычных граждан в лучшую сторону. Несмотря на ошеломительный успех игры, спустя два года ее все равно демонтировали. Это хорошо показывает, что в то время практически никто не думал о потенциальном коммерческом успехе подобного рода игр. Видеоигры в 1950-е гг. представляли собой лишь средство для решения более важных задач, поставленных руководством (как правило, обслуживающим военные интересы страны) перед теми, кто их разрабатывал.

В 1960-х гг. ситуация резко изменилась. И если 1950-е гг. – это первый этап в истории видеоигровой «Древности», то 1960-е – ее второй этап. Главное отличие данного этапа заключается в том, что видеоигры впервые начали восприниматься как цель. Принципиальный сдвиг здесь связан с распространением компьютеров в университетах. Конечно, они все еще оставались слишком дорогими (вместо 500 тыс. долларов уже 120 тыс.), но теперь их могли позволить себе не только закрытые правительственные лаборатории, но и крупнейшие американские университеты. Понятно, что они появились там также не просто так, но студенты как раз и оказались теми, кто смог позволить себе пользоваться ими не по назначению. Именно они начали делать игры просто ради развлечения, т.е. игры ради них самих. Это случилось в 1961 г., когда

## 2. Краткая история игровой индустрии

участники Клуба технического моделирования железной дороги Массачусетского технологического института (*MIT*) придумали, а затем и воплотили в реальность игру под названием *Spacewar!* (1962) (рис. 10).



**Рис. 10.** Скриншот *Spacewar!* (1962), *Steve Russell*

По большому счету это уже вполне современная видеоигра. Она была рассчитана на двух игроков, которые управляли двумя космическими кораблями, стрелявшими друг в друга. При этом все усложнялось наличием звезды в центре игрового поля, которая оказывала гравитационное воздействие на полет кораблей. Игра привлекла к себе внимание широкой публики, и особенно студентов. Многие из них даже стали ночевать в университете, чтобы побольше в нее поиграть. Создатели игры довольно быстро поняли, что игра могла бы принести большую прибыль, если бы им удалось вывести ее на рынок. Но учитывая цену на компьютеры того времени, они бросили эту затею. Вместо этого они просто раздали исходный код игры во все университеты, где стояли соответствующие устройства. Так об игре *Spacewar!* узнали все, кто имел доступ к компьютерам в университетах. И этот шаг имел принципиальное значение для возникновения индустрии видеоигр. Ведь одним из студентов, игравших в эту игру, был Нолан Бушнелл, в будущем – создатель игровой индустрии.

Идея Бушнелла состояла в том, чтобы объединить компьютерные игры с экономикой игровых автоматов. То есть он понял, что самый оптимальный способ заработка на *Spacewar!* – это бросание монетки, которой оплачивается игровая сессия. Правда, он был не единственным, кому подобная идея пришла в голову. В 1969 г., когда цена на компьютеры опустилась до 20 тыс. долларов, за этот же проект взялись Билл Питтс и Хью Так. Свою версию *Spacewar*, готовую к 1971 г., они назвали *Galaxy Game*. И хотя интерес к этому автомату в студенческой среде (автомат стоял в университете) был довольно высоким, свои затраты молодые предприниматели так и не смогли окупить. Бушнелл пошел другим путем: он понял, что если хочет заработать хотя бы какие-то деньги, то игру нужно упрощать, а затраты максимально оптимизировать. В итоге в версии *Spacewar!*, которую делали Бушнелл и его коллега Тед Дабни, от оригинальной игры не осталось ничего: было убрано гравитационное поле, остался один игрок, а задача теперь заключалась в том, чтобы успеть за отведенное время подстрелить две летающие тарелки. При этом они действительно смогли понизить стоимость такого автомата. И получилось у них это просто потому, что они вообще решили отказаться от союза с компьютером.

Дело в том, что исток видеоигр может быть возведен не только к Тьюрингу, но и к Голдсмиту мл. с Манном. И хотя их патент так и не превратился ни в какое реальное игровое устройство (более того, о нем потом вообще особо не вспоминали), в этом направлении продолжили думать другие инженеры. Ключевую роль здесь сыграл Ральф Байер. В начале 1960-х гг. он уже продумал концепцию полноценного домашнего игрового устройства на экране с лучевой трубкой, прототип которого получил название *Brown Box*. Однако, работая в компании, обслуживающей военно-промышленный комплекс, он не мог взяться за коммерческое воплощение своей задумки. Единственная возможность, которая была перед ним открыта, заключалась в том, чтобы заинтересовать какую-нибудь другую частную компанию и продать им свою идею. В таких поисках он находился вплоть до начала 1970-х гг. В итоге его наработки купила компания *Magnavox*. Домашняя

## 2. Краткая история игровой индустрии

консоль *Magnavox Odyssey*, вышедшая в 1972 г. – это результат соглашения с Байером.

Таким образом, не только компьютерные технологии лежали в основе видеоигр; вторым важнейшим источником были телевизионные технологии. И решение, которое приняли Бушнелл и Дабни, как раз и заключалось в союзе с телевизором, а не с компьютером. Каждый игровой автомат – это дополнительные детали и корпус, надстраивающиеся вокруг реального телевизора, купленного в магазине техники. Именно поэтому, кстати говоря, общепотребимым стало название «видеоигры». Ведь до 1976 г. компьютеры, в общем-то, были практически не у дел. Видеоигры создавались инженерами с паяльниками в руках, а не программистами, пишущими строчки кода.

В любом случае союз с телевизионными технологиями как раз и позволил Бушнеллу с Дабни выйти на рынок с коммерчески приемлемым продуктом. Их первую игру согласилась реализовать компания *Nutting Associates*, видный игрок на рынке игровых автоматов. А так как одной из самых популярных игр от *Nutting Associates* была игра-опросник *Computer Quiz*, то версию *Spacewar!* от Бушнелла с Дабни было решено назвать *Computer Space*. Этот автомат вышел в 1971 г., однако, несмотря на хороший старт, оказался мало интересен публике. В итоге *Nutting Associates* отказалась продолжать инвестировать в подобные игры.

Но Бушнелл и Дабни были не готовы принимать поражение. В ответ они открыли собственную компанию по производству видеоигр – *Atari*. Примерно в то же время Бушнелл посетил публичное мероприятие с демонстрацией *Magnavox Odyssey*, и его заинтересовала игра в теннис, которая шла в комплекте с устройством. Чтобы проверить навыки нового сотрудника компании *Atari* Эла Элкорна, Бушнелл описал ему увиденную игру и попросил сделать такую же. Но итог превзошел все ожидания. Именно *Pong* и стала первой игрой от *Atari*, первой компании в истории, специально созданной для производства видеоигр. И важно то, что эта игра не только оказалась первой игрой от *Atari*, именно она оказалась и первой коммерчески успешной видеоигрой. Поэтому, несмотря на то что во-

прос о создателе видеоигр остается спорным, создателем игровой индустрии вполне можно считать Нолана Бушнелла. И хотя сам он не придумал видеоигры, он нашел приемлемый баланс между компьютерными и телевизионными технологиями, а также понял, как из этого сделать коммерчески успешный рыночный продукт. В этом смысле вполне можно считать, что 1972 г. – это год рождения игровой индустрии. И вместе с тем конец «Древности» и переход к новой эпохе – «Античности».

## § 2.2. Античность: эпоха *Atari*

Игра *Pong* оказалась гораздо успешнее, чем могли предположить ее создатели. Один автомат с этой игрой мог приносить 200 долларов в неделю, что мгновенно сделало *Pong* самой успешной игрой своего времени. Компании, отказавшие Бушнеллу в финансировании, теперь с завистью смотрели на то, что делала его фирма на игровом рынке. Однако, хотя *Pong* и распространилась по всей территории Соединенных Штатов, далеко не все автоматы с этой игрой принадлежали *Atari*.

Дело в том, что ключевую роль в бизнесе игровых автоматов играли дистрибьюторы, с которыми нужно было заключать контракт. Особенность этого контракта состояла в том, что если компания начинала работать с каким-то одним дистрибьютором, то она уже не имела права работать с

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**  
младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва

## 2. Краткая история игровой индустрии

другими (следовательно, ее машины **в принципе** не могли стоять везде). А так как *Pong* стала самой успешной игрой, то другие дистрибьюторы, по сути, были вынуждены заказывать ее у сторонних разработчиков. Именно так стали возникать самые разные клоны и вариации настольного тенниса от *Atari*<sup>1</sup>.

Конечно, такая ситуация не могла оставить Бушнелла равнодушным. Авторов многочисленных клонов *Pong* он стал называть «шакалами». И хотя о *Pong* узнали повсюду, зачастую это происходило как раз благодаря «шакалам» (именно в таком качестве в игровую индустрию вошли, к примеру, известные японские компании *Sega* и *Nintendo*), а значит на прибыль *Atari* это никак не влияло. В такой ситуации первенство *Atari* легко могло быть поставлено под вопрос. Для того, чтобы его не лишиться, Бушнелл решил пойти на риск: начать делать **принципиально** новые игры. И действительно, раз уж все копируют, то пускай копируют у *Atari*. Так появились гоночная игра *Space Race* (1973), игра в «догонялки» *Gotcha* (1973) и симулятор охоты *Qwak!* (1974).

Другие разработчики также постарались не отставать. В итоге в гонку по созданию новых игр включились и другие компании. Причем если какая-то компания делала удачный проект раньше, чем *Atari*, то уже *Atari* вполне осознанно выпускала собственную версию чужой игры, как, к примеру, было с *Missile Command* (1980) – клоном *Missile Radar* (1973) от *Nutting Associates*. То есть главная особенность игровой индустрии в первые несколько лет ее существования – принципиальная агональность, пронизывающая всю культуру игровой разработки начала 1970-х и вовлекающая создателей видеоигр в равную гонку ради создания действительно хороших игр.

Именно поэтому эпоху *Atari* мы и рассматриваем в качестве «Античности» в истории видеоигр. Ведь подобно грекам, соревнующимся друг с другом буквально во всем, первые игровые разработчики старались довести игровые идеи и механики до совершенства. Не так важно было, кто именно первым придумал ту или

---

<sup>1</sup> Об этих вариациях мы подробно писали в первой главе.

иную игру, важно, насколько хорошо она была реализована. И это действительно был новый порядок, принципиальным образом отличный от норм игровой «Древности», связанной с военно-промышленным комплексом. Таким образом, на смену вертикали власти пришла горизонталь – сообщество равных, одинаково достойных побеждать.

Правда, ситуация с «шакалами» все равно тяготила Бушнелла. И, подобно хитроумному Одиссею, он нашел оригинальный выход из нее: при помощи прессы *Atari* инсценировала раскол компании на две части – *Atari* и *Kee Games*. Это было сделано исключительно для того, чтобы единая *Atari* смогла работать сразу с двумя дистрибьюторами. При этом именно от имени *Kee Games* в 1974 г. вышла самая популярная игра того времени – *Tank*, в итоге обогнавшая главный хит от *Atari* того же года – инновационную гонку *Gran Trak 10* (1974).

Успех и широкое распространение таких игр способствовали формированию принципиально новой культуры, связанной с залами игровых автоматов. Это были публичные места, поэтому с самого начала своего существования видеоигры, вопреки всем стереотипам, были социальным явлением. Чтобы сыграть в игру, надо было выйти из дома и прийти в специально отведенное для этого публичное место. Но если из дома люди шли в залы аркад, то почему бы не предоставить им возможность играть, не выходя из дома?

Не считая консоли *Magnavox Odyssey* (спрос на нее, кстати, также возрос именно благодаря успеху *Pong*), новые домашние игровые устройства стали массово заполнять рынок только после Рождества 1975 г., когда *Atari* выпустила свою первую домашнюю *Pong*-консоль. Вслед за *Atari* такие консоли, конечно же, стали выпускать очередные «шакалы». Вкратце, это были консоли, в памяти которых уже было установлено несколько игр (вплоть до нескольких десятков) – все на основе культовой игры про настольный теннис. Эта ограниченность была оправдана технологически. Дело в том, что в 1975 г. еще не было возможности отделить «железо» от «софта». Каждый игровой автомат, как и ново-явленные консоли, собирался ровно под те задачи, которые ста-

## 2. Краткая история игровой индустрии

вила перед «железом» игра. То есть на одном устройстве нельзя было просто взять и запустить новую программу – для каждой новой игры нужно было специально подобранное для нее аппаратное обеспечение. Это ограничение было снято в 1976 году, когда появились первые микропроцессоры. Они повлияли не только на новый уровень качества аркадных игр, но также открыли путь на массовый рынок компьютерам и сделали возможным появление игровых консолей со сменными картриджами. Что, кстати говоря, как раз и привело к тому, что на смену инженерам пришли программисты. Теперь игровая индустрия нуждалась именно в них.

Конечно, *Atari* сразу приступила к разработке своей собственной игровой консоли с картриджами. Но дело в том, что за четыре года существования игровой индустрии рынок видеоигр стал казаться привлекательным не только смельчакам, соревнующимся в улучшении игр друг друга. О создании своих собственных консолей заявило сразу несколько крупных компаний с огромными финансовыми возможностями – *Magnavox*, *Fairchild* и даже *Mattel*, всемирно известная благодаря своей кукле Барби. Бушнелл понял, что *Atari*, зарабатывающая деньги исключительно на видеоиграх, не сможет устоять в битве с такими гигантами. В итоге было принято решение выставить *Atari* на продажу. В октябре 1976 г. за 28 млн долларов компанию *Atari* купил развлекательный конгломерат *Warner Communications*. Это событие ознаменовало конец первого, греческого этапа в видеоигровой «Античности» и вместе с тем начало второго, римского, или имперского, периода.

Союз с *Warner Communications* позволил *Atari* сохранить свое первенство. Однако цена, которую пришлось заплатить, оказалась слишком высока. Для «империи» *Warner Communications* компания *Atari* представляла исключительно финансовый интерес. Так, когда Бушнелл начал требовать, чтобы *Atari* переключилась на создание более совершенной игровой консоли, совет директоров, недовольный поведением Бушнелла, принял решение о его увольнении. То есть в 1972 г. Бушнелл создал игровую индустрию, а в 1979 г. ему пришлось из нее уйти. Это было связано с тем, что по контракту, который почему-то подписал Бушнелл, в случае

увольнения из *Atari* ему было запрещено работать в игровой индустрии еще целых 5 лет.

Примерно такое же отношение у *Warner Communications* было и к создателям видеоигр. Именно в этот период игровые разработчики превратились в коммерческую тайну корпораций. Не случайно первая в истории видеоигр «паскалка» – это просто имя разработчика, написанное в секретной комнате в игре *Adventure* для консоли *Atari 2600* (она же – *Atari VCS*). В этом смысле неудивительно, что в 1982 г. четыре самых успешных разработчика *Atari* покинули компанию, чтобы основать свою собственную фирму для производства видеоигр – *Activision*. Конечно, *Atari* постаралась пресечь такое самоуправство, однако суд оказался на стороне новой игровой компании.

Кстати, именно *Activision* выпустила первый в истории платформер *Pitfall!* (1982), выход которого ознаменовал рождение полноценного домашнего гейминга (рис. 11). Дело в том, что большинство игр на консоли *Atari 2600* – это портированные аркадные игры или игры, основанные на особенностях аркадного гейминга. То есть это игры, спецификой которых были отсутствие в игре настоящего конца и крайняя интенсивность с точки зрения игрового процесса. Иными словами, несмотря на их нескончаемость и повторяемость, сама игровая сессия могла завершаться очень быстро. Чаще всего это было связано со сложностью самих игр. В случае аркадных игр такие решения диктовались самой формой социального взаимодействия в залах аркад. Ведь если бы игра была длинной, а ее прохождение простым, то очередному игроку приходилось бы слишком долго ожидать своей очереди. К тому же аркадные автоматы работали за монеты, поэтому чем сложнее игра и короче игровая сессия, тем больше денег приносил автомат. В домашнем же пространстве такая стратегия была не нужна. Но, несмотря на это, консольные игры продолжали делать по аналогии с теми, что были востребованы в аркадах. И хотя прежде *Pitfall!* уже вышли явно «домашние» игры типа *Adventure*, *Superman* (1979) или *Haunted House* (1981), особенность игры от *Activision* заключалась в том, что ее прохождение могло занимать порядка 20 минут. Кстати, появление именно таких игр в дальней-

шем потребовало от разработчиков введения кнопки «пауза». Таким образом, хотя консоли вышли на рынок в середине 1970-х гг., домашний гейминг был открыт только к началу 1980-х.



Рис. 11. Скриншот *Pitfall!* (1982), Activision / Activision

Говоря о домашнем гейминге, также стоит упомянуть, что он открывал новый тип социальности, отличной от той, что была в аркадных залах. Речь о видеоиграх как семейном развлечении – именно так первые консоли позиционировались в СМИ. Конечно, у этого есть вполне конкретное материальное объяснение. Дело в том, что домашние консоли нуждались в телевизоре, а в 1970-х гг. в домашнем хозяйстве, как правило, стоял только один телеэкран. Причем стоял он в гостиной, где, по задумке, должна была собираться вся семья. А так как видеоигры претендовали именно на это семейное пространство, то и позиционировать их приходилось как «развлечение для всей семьи».

В любом случае, несмотря на жесткий контроль и крайне консервативную политику, *Atari* переживала настоящий расцвет. Конкуренты были оставлены позади, а единственный настоящий соперник – компания *Mattel* – страдала от того, что *Atari*, пользуясь своими возможностями и влиянием, покупала эксклюзивные права на все значимые аркадные хиты раньше, чем до них мог добраться кто-либо из конкурентов. Даже появление «независимых»

разработчиков типа *Activision* пошло ей на руку, так как количество игр для консоли резко возросло. В итоге, несмотря на то что по всем показателям и характеристикам *Atari 2600* уже не соответствовала потребностям времени, к началу 1980-х гг. она все еще продолжала обогащать *Warner Communications*. Так, в 1982 г. прибыль *Atari* оказалась в 5 раз больше, чем у всех остальных подразделений *Warner Communications* вместе взятых.

И хотя тогда – на пике успеха *Atari* – даже мысль о том, что все это может закончиться в мгновение ока, показалась бы абсурдной, в 1983 г. американская игровая индустрия потерпела крах. Причем к этому ее вела целая серия обстоятельств. Во-первых, слишком много людей ринулись в бизнес аркадных игр, рассчитывая на легкую прибыль. Это привело к тому, что залов аркад стало слишком много, и ради выживания им пришлось понижать стоимость игры. К тому же сами игровые автоматы стали стоять буквально повсюду: в медицинских центрах, на заправках, рядом с супермаркетами. А так как большая часть этих автоматов была куплена в кредит, но не окупалась, то довольно много людей оказались должниками банков. К тому же, чтобы автоматы продолжали приносить хорошую прибыль, разработчики стали делать ставку на сложность. И действительно, в некоторые старые игры (типа культового *Pac-Man* 1980 года) посетители аркад научились играть, практически не проигрывая. Для таких геймеров сложные автоматы стали глотком свежего воздуха, а вот для новых посетителей, случайно пришедших в зал аркад, новые игры оказались слишком сложными, чтобы тратить на них время и деньги.

Во-вторых, рынок консольных картриджей оказался переполнен играми крайне низкого качества. Следуя примеру *Activision*, очень много новообразованных компаний стали выпускать собственные игры для *Atari 2600*. Но если *Activision* устанавливала высочайшую планку качества, то другим разработчикам это было нужно не всегда. Именно так на *Atari* появился целый класс порнографических игр, типа *Custer's Revenge* (1982), в которой игрок, управляя генералом Кастером, должен был пробраться сквозь вражеские стрелы ради единственной цели – изнасиловать индейскую женщину. Конечно же, такие игры стали большим скандалом и подорвали доверие к игровому бизнесу в целом.

## 2. Краткая история игровой индустрии

Наконец, в-третьих, в начале 1980-х на рынок вышли первые линейки домашних компьютеров, а также видеомэгафоны. И если раньше к телевизору можно было подключить только игровую консоль, то теперь каждая семья стояла перед выбором. И, конечно же, он не так часто делался в пользу игровой консоли: видеомэгафон гораздо лучше справлялся с функцией «развлечения для всей семьи», а на компьютерах, как гласила реклама первых таких устройств от компании *Commodore*, «можно было не только играть».

Эти причины вкупе с другими (полный провал главной рождественской игры 1982 г. – *E.T. the Extra-Terrestrial*, слишком поздний выход консоли *Atari 5200*, общий экономический спад в США и др.) привели к тому, что игровая индустрия в США рухнула. В итоге с огромными потерями из игрового бизнеса были вынуждены уйти компании *Magnavox* (впервые выпустившая домашнюю игровую консоль), *Mattel* (впервые выпустившая линейку портативных игровых устройств), *Coleco* (позднее других компаний вошедшая в игровой бизнес, но сделавшая это с самой мощной в плане технических характеристик консолью своего времени), а также *Nutting Associates* (выпустившая первый игровой автомат, а также впервые применившая в играх микропроцессоры). Но главным разочарованием стала *Atari*, всего за один год превратившаяся из примера чуть ли не самого ошеломительного успеха в истории развлекательного бизнеса в пример одной из самых чудовищных неудач. Учитывая прежние доходы *Atari*, ее убытки чуть было не потянули за собой весь конгломерат *Warner Communications*.

В результате в 1983 г. игровая индустрия была похоронена, причем в буквальном, а не метафорическом смысле. Несколько грузовиков, заполненных нераспроданными и обесценившимися картриджами, было вывезено в пустыню Аламогордо, Нью-Мексико, где в специально выкопанную яму все эти картриджи были сброшены, а затем залиты бетоном. Так пала «Империя». Начались «темные» века.

### § 2.3. Средневековье: эпоха *Nintendo*

Повышенный интерес японцев к видеоиграм дал повод *Atari* открыть в Японии свое первое иностранное подразделение – *Atari Japan*. Правда, американская компания так и не смогла наладить бизнес в Японии, поэтому в 1974 г. было принято решение выставить подразделение на продажу (со всеми материальными активами). Покупателем хотела стать *Sega*, но ее опередила компания *Nakamura Manufacturing* (позже – *Namco*). Особенность сделки заключалась в том, что *Namco* получала эксклюзивные права на выпуск всех игр от *Atari* в Японии в течение ближайших десяти лет. Так *Namco* мгновенно стала крупнейшим игроком на японском рынке видеоигр. Однако возглавить японский рынок было суждено не ей, а амбициозной, но пока еще мало известной компании *Nintendo*.

После того как американская игровая индустрия пала, настало время «диких кочевников», пытающихся присвоить себе наследие «Рима». Дело в том, что для США, где впервые и возникла игровая индустрия, никакой другой индустрии видеоигр, кроме американской, не существовало. Поэтому крах игровой индустрии в США был воспринят американцами как крах

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**

младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва

## 2. Краткая история игровой индустрии

игровой индустрии в целом. Но пока в США видеоигры уходили в подполье, в остальном мире увлечение ими продолжало расти. И главной страной, в которой видеоигры стремительно становились неотъемлемой частью культуры, была Япония.

Первыми японскими компаниями, вошедшими в игровую индустрию, были *Sega*, *Taito* и *Bandai*. Уже известные игроки на японском рынке игровых автоматов *Sega* и *Taito* вошли в игровую индустрию, выпустив свои версии *Pong*. *Bandai* же (японская компания-производитель игрушек уровня *Mattel* и *Hasbro*) приобрела права на консоль *Magnavox Odyssey* (что, правда, не позволило ей тягаться с той же *Sega*).

*Nintendo* вошла на рынок видеоигр со своей версией *Pong*-консоли (*Color TV Game*), вышедшей в 1977 г. И хотя эта консоль оказалась успешнее, чем у конкурентов, имя *Nintendo* сделала себе на инновационном игровом устройстве *Game&Watch* (первое устройство вышло в 1980 г.). Это были портативные игры, которые в том числе работали как часы<sup>1</sup>. Автору *Game&Watch* – инженеру *Nintendo* Гумпеи Екои – пришла идея такого устройства, когда он наблюдал, как один японец пытался развлечь себя при помощи обычного калькулятора во время поездки в общественном транспорте. Линейка игр *Game&Watch* дала основания директору *Nintendo* Хироси Ямаути нацелиться на что-то гораздо большее, нежели выпуск аналогов американских игр.

Дело в том, что в 1970-х гг. японская игровая индустрия воспринимала себя в качестве второсортной по отношению к американской. Запад придумывал игры, японцы только их адаптировали. Но в 1978 г. произошел радикальный сдвиг – японская игра *Space Invaders* (производитель – *Taito*) стала самой успешной игрой конца 1970-х гг. не только в Японии, но и в США. Для японских разработчиков это событие имело принципиальное значение, так как ни о каком «втором сорте» теперь не могло быть и речи. Поверив в себя, японцы ринулись придумывать принципиально новые игры. После *Space Invaders* новой мировой сенсацией

---

<sup>1</sup> Российские геймеры, детство которых пришлось на конец 1980-х – начало 1990-х, наверняка помнят отечественные «клоны» этого устройства от фирмы «Электроника».

стала игра 1980 г. *Pac-Man* (производитель – *Namco*) (рис. 12) – первая игра, специально созданная, чтобы быть интересной не только мужской, но и женской аудитории. А в 1981 г. Япония отметилась игрой *Donkey Kong* (производитель – *Nintendo*) – первой игрой молодого геймдизайнера Сигэру Миямото (рис. 13). Японцы начали покорять американский рынок и постепенно самыми успешными играми становятся игры японских производителей.

Именно в такой атмосфере *Nintendo* приняла решение не просто стать первой игровой компанией в Японии, но в полной мере выйти на международный рынок. Ямаути счел, что по аналогии с самыми успешными американскими игровыми компаниями *Nintendo* должна не только выпускать лучшие игры, но и создать лучшую в мире игровую консоль. Итогом стала консоль *Famicom* (*Family Computer*), вышедшая в 1983 г. и мгновенно уничтожившая конкурентов: консоль *Bandai Intellivision* от *Mattel*, права на которую приобрела *Bandai*, и консоль *Super Cassete Vision* от компании-производителя игрушек и компьютерного программного обеспечения *Epoch Co.*



Рис. 12. Скриншот *Pac-Man* (1980), *Namco* / *Namco*

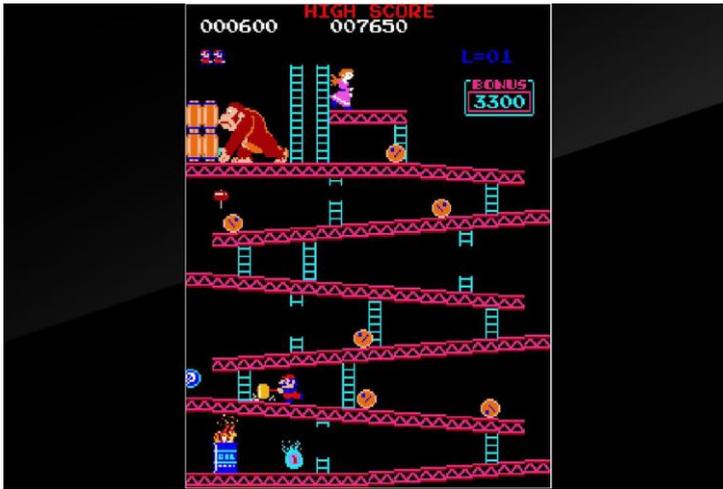


Рис. 13. Скриншот *Donkey Kong* (1981), *Nintendo* / *Nintendo*

Главную ставку *Nintendo* сделала на качество своих игр. Поэтому с самого начала речь шла о том, что на консоли будут выходить игры исключительно от *Nintendo*. Но так как одна *Nintendo* не могла удовлетворить спрос аудитории на новые игры, то было принято решение начать сотрудничать с другими игровыми компаниями. Однако, учитывая планку, которую ставила *Nintendo* по отношению к своим играм, было решено ввести жесткую систему лицензирования. Только компании, прошедшие специальный отбор и готовые работать на условиях *Nintendo*, смогут выпускать свои игры на ее успешной консоли. Конечно, сначала это вызвало большое недовольство у игровых компаний.

Ведь *Nintendo* не только оставляла за собой право отказывать в выходе любой игры, которую она сочла бы неподходящей, она также ставила лимит на количество игр в год, имела полное право отправлять игры на доработку, а главное, не вкладывая ничего в производство этих игр, собирала солидный процент с их прибыли. Однако, несмотря на жесткие условия, компании, ставшие первыми лицензиатами *Nintendo* (*Hudson Soft*, *Namco*, *Konami*, *Capcom* и *Bandai*) мгновенно стали заметными и успешнейшими игроками в японской игровой индустрии. В итоге к 1985 г. лицензию от *Nintendo* получили уже 17 игровых компаний. Несложно догадаться, что в дальнейшем их количество только продолжало расти.

Став самой успешной игровой компанией в Японии, *Nintendo* осознала, что настал момент идти и брать «Рим», т.е. выходить на западный, американский рынок. И хотя *Nintendo of America* существовала с 1980 года и уже успела не только прославиться игрой *Donkey Kong*, назвать персонажа *Jumpman* Марио (в честь Марио Сегали, у которого американское подразделение *Nintendo* арендовало помещение), но и выиграть судебную тяжбу с *Universal MCA* за использование образа Кинг-Конга в играх, задача вывести новую консоль на только что рухнувший игровой рынок казалась просто безумной. Однако Ямаути был непреклонен: если консоль успешна в Японии, то нет ничего, что должно помешать ей достичь такого же успеха в США.

В итоге *Nintendo of America* сделала все, чтобы вернуть видеоиграм благонадежный статус. Во-первых, название *Famicom* было заменено на *NES (Nintendo Entertainment System)*, так как никакого упоминания слова «компьютер» больше быть не должно; *Nintendo*, по задумке маркетологов, – это качественно новое явление, не имеющее аналогов в прошлом. Во-вторых, был изменен дизайн консоли, чтобы она больше напоминала видеомагнитофон. В-третьих, слово «картридж» было заменено на «игровую кассету», а само слово «консоль» на «деку». Кроме того, *Nintendo* считала необходимым продемонстрировать, что их игровая система безопасна для детей (что, конечно же, отсылало к скандалам, приведшим к краху игровой индустрии). Для этого специально был разработан «кавайный» робот *R.O.B. the robot*, с которым можно было играть в игры на *NES*, а в дальнейшем еще и начал выходить специальный игровой журнал – *Nintendo Power*.

Несмотря на принятые меры, магазины не хотели рисковать, закупая игровые устройства у *Nintendo*. Но *Nintendo* пошла на исключительные меры: все расходы по установке рекламной продукции и стеллажей в магазинах она взяла на себя, кроме того, компания позволила магазинам вообще ничего не вкладывать в продукцию от *Nintendo*; она заверила, что в случае неудачи с продажами она заберет весь товар из магазина, ничего не требуя взамен. Естественно, магазинам было выгодно согласиться. И в итоге они не прогадали. Уже на первое рождество выяснилось, что заяв-

## 2. Краткая история игровой индустрии

ление о смерти игровой индустрии было преждевременным. К концу 1984 г. в США был продан уже миллион игровых систем *Nintendo*. В 1985 г. японская компания продала еще три миллиона и в дальнейшем цифры продолжали расти. Причем в первую очередь этому способствовало качество игр на *NES*. Одни только нинтендовские игры – *Super Mario Bros.* (1985) (рис. 14), *The Legend of Zelda* (1986), *Metroid* (1986) – представляли собой настоящие хиты, каких даже близко не было в эпоху *Atari*. В результате к 1990 г. японская консоль стояла в каждом третьем американском доме, а *Nintendo* стала полноправным лидером мировой игровой индустрии.



Рис. 14. Скриншот *Super Mario Bros.* (1985), *Nintendo* / *Nintendo*

При этом нужно понимать, что *Nintendo* привезла с собой в США отработанную на японском рынке систему лицензирования. Контроль, который установила на рынке *Nintendo*, был настолько жестким, что считаться с ней были вынуждены все. А те, кто не хотел считаться, в итоге были сурово наказаны. Захватив американский рынок, *Nintendo* стала играть роль, аналогичную роли католической церкви в Средние века. Причем жесткий контроль и цензура от *Nintendo* также имели под собой моральные основания – не

допустить очередного краха индустрии. Именно с *Nintendo* связан образ видеоигр как детского развлечения. То есть консоль от *Nintendo* – это то, с чем можно оставить ребенка наедине. Кстати, в предыдущем параграфе мы уже отмечали, что эпоха *Atari* – это эпоха телевизора в гостиной. Особенность же эпохи *Nintendo* – наличие отдельного телевизора в детской комнате. В этом смысле сама идея позиционирования видеоигр как детского развлечения также была укоренена в материальных условиях середины 1980-х гг.

В любом случае после выхода *NES* игровой рынок принадлежал одной-единственной компании – *Nintendo*. Эта ситуация не устраивала многих (с *Nintendo* судились *Magnavox*, *Atari Corp.*, *Alrex Computer* и другие), но особенно она не устраивала Хидэ Накадзиму, изначально доверенного лица *Atari* в Японии, затем сотрудника *Namco*. Причем *Namco* не только купила *Atari Japan* после неудачного выхода *Atari* на японский рынок (именно так Накадзима и перешел в *Namco*), она еще и купила *Atari Games* после краха игровой индустрии в США (часть большой *Atari*, которую *Warner Communications* распродала по частям: одна часть – *Atari Games* – ушла *Namco*, другая – *Atari Corp.* – бывшим владельцам *Commodore*). Все это давало повод *Namco* считать себя прямой наследницей первой игровой компании. В таком русле и мыслил Накадзима, выкупивший *Atari Games* у *Namco* с целью вернуть компанию на трон, на который, не имея на то права, воссел *Nintendo*.

Накадзима долгое время искал способ убрать *Nintendo* с пьедестала, пока не нашел самый эффективный способ сделать это: поднять шумиху вокруг того факта, что *Nintendo* – не американская компания. Дело в том, что американцы так и продолжали воспринимать игровую индустрию как продолжение своей культуры и в итоге проглядели, как вся эта индустрия оказалась в руках компании из японского города Киото. И действительно, по опросам 1990 г. выяснилось, что в США Марио популярнее, нежели Микки-Маус. Это означало, что Америка, с которой обычно ассоциируется образ глобализма, сама зависима от маленькой Японии. Такую ситуацию журналисты окрестили вторым Перл Харбором – ведь получалось, что американцы, сами того не ведая,

## 2. Краткая история игровой индустрии

впустили японцев к себе домой, где те уже определяют, что и как думают и хотят американские дети. Все это стало поводом для серьезных антимонопольных проверок. Начавшиеся разбирательства заставили *Nintendo* ослабить свою железную хватку. И кто знает, возможно, если бы этого не произошло, *Nintendo* так никто бы и не потеснил на игровом рынке.

В любом случае, несмотря на жесткий контроль и крайне некомфортные условия для разработчиков, *Nintendo* сделала очень многое для игровой индустрии, подняв планку качества игр на невообразимую ранее высоту. С требованиями *Nintendo* были обязаны считаться все, кто работал с ней, а те, кто с ней не работал (например, разработчики игр на компьютерах), были вынуждены равняться на ее продукты. И в этом – колоссальное значение *Nintendo* для истории видеоигр.

### § 2.4. Возрождение: эпоха консольных войн

Несмотря на все старания Накадзимы, *Atari* так и не удалось вернуть себе игровое господство. Очередным камнем преткновения, окончательно лишившим *Atari Games* возможности тягаться с *Nintendo*, стала игра из Советского Союза *Tetris*, разработанная советским программистом Алексеем Пажитновым в 1984 г. Удивительно, но стоило этой игре только проникнуть на Запад, как она тут же стала мировой сенсацией. Дело в том, что в конце 1980-х индустрия просто нуждалась в игре, которая позволила бы заявить, что видеоигры не разлагают игроков, но, напротив,

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**  
*младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва*

приносят пользу. *Tetris* стала той самой интеллектуальной игрой, благодаря которой можно было разрушить расхожие представления о видеоиграх.

Конечно, *Nintendo* не могла пройти мимо *Tetris*. Но так как права на консольные версии игры уже принадлежали *Atari*, а на аркадные – *Sega*, то *Nintendo* приняла решение использовать *Tetris* в качестве базовой игры для новой портативной консоли *Game Boy*, разработанной Гумпеи Екои. Представители *Nintendo* попытались наладить связь с лондонской компанией *Andromeda*, владевшей правами на игру, однако эти попытки не увенчались успехом. Чтобы не терять время, *Nintendo* решила отправить представительство прямо в СССР с целью уже на месте обсудить возможность покупки прав на игру для портативной консоли.

Наверное, сегодня в это сложно поверить, но вокруг *Tetris* действительно разгорелись нешуточные страсти. Дело в том, что, хотя *Andromeda* и продавала права на игру, на деле она не обладала ими. Ее основатель – Роберт Стайн – был родом из Венгрии, а основная деятельность компании заключалась в продаже дешевых программ из Восточной Европы на международный рынок. Именно в Венгрии, в одном из НИИ, Стайн и познакомился с *Tetris*.

Конечно, он попытался оформить покупку прав официально, но так как в СССР была запрещена частная коммерческая деятельность, а все деловые вопросы надо было решать через специальное коммерческое подразделение Академии наук СССР, процедура покупки прав сильно затянулась. Однако, имея на руках письменное согласие А. Пажитнова на продажу игры, Стайн, не дожидаясь окончания сделки, приступил к продаже прав на «первую игру из-за железного занавеса». Покупателем стала компания *Mirrorsoft*, принадлежавшая медиахолдингу *Maxwell Communication*. Но так как ее интересовали версии игры только для компьютеров, то права на консоли и игровые автоматы она продала *Atari*, которая, в свою очередь, продала права на игровые автоматы компании *Sega*. И вот когда до Советского Союза дошли слухи об успехе сенсационной игры Пажитнова, в Академии наук решили всерьез разобраться со Стайном. Именно поэтому Стайн и

## 2. Краткая история игровой индустрии

не отвечал на сообщения *Nintendo*. В контексте таких трудностей представители *Nintendo* как раз и прилетели в СССР. В итоге все закончилось тем, что именно *Nintendo* получила полные права на *Tetris*, а *Atari*, уже начавшая продавать *Tetris* на *NES*, была вынуждена снять все картриджи с прилавков.

*Tetris* (1989) стала одной из самых успешных игр на *NES*. Хэнк Роджерс, провернувший сделку с покупкой прав на игру для *Nintendo*, заработал на ней более 40 млн долларов. А вот Алексею Пажитнову, создавшему, пожалуй, самую успешную российскую игру, Академия наук просто подарила новый рабочий компьютер. Как говорили представители академии, Пажитнов написал игру в рабочее время на рабочем компьютере, а значит она является собственностью его работодателя. К счастью для Пажитнова, Роджерс вывез его из России, и в настоящее время они вместе возглавляют *The Tetris Company*.

Таким образом, *Atari* вновь оказалась вдали от чаемого пьедестала. Однако, учитывая то, что неприязнь к *Nintendo* испытывала далеко не она одна, ее место теперь заняла другая компания – *Sega*. С самого начала *Sega* отказалась сотрудничать с *Nintendo* и даже не стала ее лицензиатом. Вместо того чтобы играть по правилам *Famicom* и *NES*, она разработала свою собственную консоль *Master System*. И хотя эта консоль не смогла сравниться с консолью конкурента, *Sega* не теряла надежды сместить *Nintendo* с позиции безоговорочного лидера. И вот когда *Nintendo*, в силу бесконечных проверок и пристального надзора антимонопольных служб, оказалась вынужденной ослабить свою железную хватку, *Sega* поняла, что это ровно тот момент, которого она так долго ждала.

*Sega* сразу же начала действовать политически, а именно заключать союзы с теми, кто по той или иной причине оказался недоволен тем, что делала с индустрией *Nintendo*. *Sega* начала сотрудничать с игровыми СМИ (которые сильно страдали из-за господства официального *Nintendo Power*), разрешила прокатным компаниям давать напрокат свои игры (*Nintendo* же судилась с прокатными компаниями), а также одобрила продукт *Game Genie*, который компания *Galoob* продавала «за спиной» *Nintendo*, чем навлекла на себя серьезный гнев последней. Но главное – она ста-

ла заключать новые союзы с игровыми компаниями, которые начали делать игры для ее новой консоли *Genesis* (или *Mega Drive*). И хотя *Nintendo* уже не могла заставлять разработчиков работать только на нее, *Sega* нашла себе сильного партнера в лице *Electronic Arts (EA)* – компании, также ненавидящей *Nintendo*. Именно в *Nintendo EA* видели причину отсутствия серьезного интереса широкой аудитории к компьютерам и компьютерным играм, ради создания которых *EA* была изначально образована Трипом Хокинсом, бывшим сотрудником *Apple*. Союз с *EA* идеально вписывался в тот образ, который создавали *Sega* маркетологи. Как гласил их рекламный слоган, “*Sega does what Nintendo don't*” – «*Sega* может то, чего *Nintendo* не может». *Sega*, исходя из ее позиционирования на рынке, должна была выглядеть более взрослой, более смелой и более свободной (против «детской» *Nintendo*, во главу угла ставящей цензуру и контроль). К тому же, в пике довольно закрытой в культурном плане продукции от *Nintendo Sega* стала выпускать игры, в которых фигурировали настоящие знаменитости – Майкл Джексон, Майкл Джордан, Шакил О'Нил, Джо Мэдден, Джо Монтана и др.

Когда же на пост главы *Sega of America* пришел Том Калински, ранее работавший над Барби и Химэном, борьба *Sega* с *Nintendo* перешла на новый уровень. Калински понял, что если *Sega* хочет одолеть *Nintendo*, то она должна ударить по самому популярному персонажу игровой индустрии – Марио. Под руководством американского подразделения японцы создавали идеального маскота, который бы олицетворял дух и ценности *Sega*. Таким маскотом стал Соник – скоростной синий еж, противостоящий злему доктору Эггману. Причем главная стратегическая задача *Sonic the Hedgehog* (1991) заключалась в том, чтобы, по сравнению с Соником, Марио начал выглядеть как медлительная черепаха. Соник был быстр, смел и бескомпромиссен, как и *Sega*, которую он теперь олицетворял (рис. 15).

Таким образом вопрос «Что покупать: *Nintendo* или *Sega*?» дополнился вопросом «Кто круче: Марио или Соник?». Но кроме битвы маскотов, в которой *Sega* уже мало чем уступала *Nintendo*, противостояние консолей коснулось и самого популярного жанра

## 2. Краткая история игровой индустрии

начала 1990-х – файтинга. Эксклюзивный хит для *Super Nintendo Entertainment System (SNES)* – *Street Fighter II* (1991) стал символом *Nintendo*, символом же *Sega* стала игра *Mortal Kombat* (1992). И хотя *Sega* не смогла получить эксклюзивные права на эту игру, именно она издала ее ровно такой, какой она была на игровых автоматах, т.е. с кровью, оторванными конечностями и вырванными позвонками. *Nintendo* же, основываясь на собственных представлениях о цензуре, вырезала из игры всю кровь и *fatality*. Преимущество *Sega* было очевидно. Таким образом, *Nintendo* продолжала терять былое господство. И если в начале 1990-х гг. компании *Nintendo* принадлежало 90% рынка, то к середине 1990-х *Nintendo* и *Sega* уже делили игровой рынок пополам.



Рис. 15. Скриншот *Sonic the Hedgehog* (1991), *Sonic Team* / *Sega*

Для *Sega* эта победа значила очень много. Однако ее ставка на повзрослевших молодых ребят, которые выросли из игр от *Nintendo* и теперь нуждаются в более серьезных темах и «реалистичных» визуальных решениях, вновь заставила общественность усомниться в благонадежности и безопасности видеоигр. Так, в декабре 1994 г. в Сенате прошли слушания, посвященные насилию в видеоиграх. И хотя *Nintendo* делала все, чтобы под подозрением

была только *Sega* (*Nintendo* настаивала, что с содержанием игр на ее консолях все в порядке, так как каждая вышедшая игра проходит внутреннюю цензуру), слушания все равно завершились требованием разработать общую систему возрастного рейтинга для всей игровой индустрии, аналогичную рейтингу в кино. Так появилась структура *Entertainment Software Rating Board (ESRB)*. Но хотя рейтинг и был навязан индустрии извне, на деле это было ей только на пользу. Ведь теперь можно было издавать **любую** игру, достаточно было поставить соответствующее возрастное ограничение. Даже *Nintendo* в итоге отказалась от собственных представлений о цензуре, и вторая часть *Mortal Kombat* (1993) для *SNES* вышла уже с *fatality*, как и было задумано разработчиками с самого начала.

Этот этап в истории игровой индустрии мы называем «Возрождением», так как борьба *Sega* и *Nintendo* – это своего рода возвращение к античной агональности. Кроме того, противоборство этих двух компаний можно рассмотреть как конфликт светской и духовной власти, когда каждый должен был решить, на чьей он стороне. И если эпоха *Nintendo* – это эпоха господства «духовной власти», санкционирующей действия «светских правителей» (игровых компаний), то эпоха конфликта *Sega* и *Nintendo* – это подрыв «духовной власти» и появление нового центра силы.

В любом случае на этом борьба *Sega* и *Nintendo* не была завершена. В 1990-х гг. все более популярной становилась технология *CD-ROM*, которая позволяла визионерам от игровой культуры (именно такую роль в этот момент стал играть Нолан Бушнелл) заявлять, что долгожданный союз Голливуда и видеоигр не за горами. Дело в том, что на *CD-ROM* можно было записать множество роликов с участием реальных актеров, которые – в зависимости от тех или иных решений игрока – переключались бы между собой. *Sega* одной из первых поверила в такую технологию и уже в 1992 г. выпустила *CD*-привод для *Genesis*. *Nintendo* не хотела отставать от конкурента и также заявила о создании *CD*-привода для *SNES* в коллаборации с *Sony* (устройство должно было называться *Nintendo Play Station*).

Правда, прошло совсем немного времени, и *Nintendo* объявила, что *CD*-привод будет разрабатываться не с *Sony*, а с *Philips*.

## 2. Краткая история игровой индустрии

*Nintendo* сделала это, чтобы защититься от *Sony*, которую она стала подозревать в желании войти в игровую индустрию, используя *Nintendo* в качестве инструмента. Сегодня сложно сказать, насколько это действительно было так, однако последствием этого решения *Nintendo* стало именно то, чего она боялась. Руководство *Sony* расценило заявление *Nintendo* как оскорбление, и в итоге Кену Култараги дали все необходимые ресурсы, чтобы он создал самую инновационную игровую консоль. Так началось «Новое время».

### § 2.5. Новое время: эпоха *PlayStation* и рынок компьютерных игр

В начале 1990-х г. технологии *CD-ROM* и *real-time 3D* открыли перед индустрией новые возможности. И хотя многие визионеры видеоигр продолжали настаивать на необходимости задействовать в них реальных актеров, на деле это только мешало видеоиграм раскрыть свой собственный потенциал. Другое дело – *3D*.

И хотя в начале 1990-х гг. трехмерная графика еще не внушала особого доверия, именно *Sony* оказалась той компанией, которая решила рискнуть, поставив все на новые технологии. Причем сделала она это благодаря успеху полностью трехмерного инновационного файтинга от *Sega* – *Virtua Fighter* (1993) (рис. 16). И хотя *Sega* одной из первых ринулась изучать потенциал трехмерной графики, «железо» своей новой консоли (*Sega*

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**  
младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва

*Saturn*) она все равно решила собирать преимущественно под требования двумерных игр.

*Nintendo* же со своей новой консолью *Nintendo 64* вообще не стала рисковать и отдала предпочтение привычной для нее технологии картриджей. И действительно, даже глядя на *Virtua Fighter*, многие так и не смогли поверить, что эти угловатые фигуры позволят игрокам переживать за них так же, как и за анимированных персонажей или живых актеров, заранее отснятых на камеру. Однако, как известно, именно *Sony* обошла всех конкурентов.



Рис. 16. Скриншот *Virtua Fighter* (1993), *Sega AM2 / Sega*

В принципе, *Sony* действовала так же, как и в свое время *Sega*. Ее основная идея заключалась в том, что геймеры – уже не дети и даже не подростки, а молодые люди, окончившие школу и поступившие в колледж или университет. Поэтому неудивительно, что реклама консоли от *Sony* стала мелькать не только по телевизору, но и, к примеру, в ночных клубах, где проводила время аудитория *PlayStation*. Кроме того, *Sony* сделала серьезную ставку на европейских и американских игровых разработчиков, некоторые из которых до этого вообще никогда не делали игры на консоли. Конечно, это было обусловлено решением *Sony* использовать возможности *3D* и *CD-ROM*. Ведь *PlayStation* – это один из первых, но уже очень значимых шагов на пути преодоления пропасти между консолями и компьютером. Если же говорить об именитых

## 2. Краткая история игровой индустрии

игровых компаниях, то первой на сторону *Sony* встала *Namco*, также давно точившая зуб на *Nintendo*. Именно *Namco* на первых порах снабдила *Sony* основными играми-хитами, сделанными специально в ответ на игры *Sega*. Так, именно в противовес трехмерному *Virtua Fighter* *Namco* разработала свою игру – *Tekken* (1994).

Когда консоли от *Sega* и *Sony* вышли в Японии, *Sega* явным образом одержала победу. Но стоило консолям только преодолеть океан, как выяснилось, что *Sega Saturn* вообще никому не интересна. *Sony PlayStation* – вот та консоль, которую все ждали. И действительно, два миллиарда долларов, потраченных на продвижение консоли на американском рынке, должны были все-таки принести плоды. Компании-участники игрового рынка также не стали стоять в стороне и ринулись изучать «мощь» новой игровой консоли. Так, *Capcom* выпустила *Resident Evil* (1996), а *Konami* – *Metal Gear Solid* (1998) (рис. 17) и *Silent Hill* (1999) – игры, с которыми принято связывать окончательное формирование двух важнейших жанров – *survival horror* и *stealth-action*. Причем все игры на *PlayStation* были объединены одной принципиальной чертой – кинематографичностью. По сравнению с довольно глубокими интерактивными историями, представленными в играх на консоли от *Sony*, кино-эксперименты в духе *Night Trap* (1992) или *7<sup>th</sup> Guest* (1993) теперь казались настоящим посмешищем.



Рис. 17. Скриншот *Metal Gear Solid* (1998), *Konami* / *Konami*

При этом не только *Sega* оказалась в проигрыше, но и *Nintendo* также не смогла выйти из тени *PlayStation* (появление которой эти компании, в общем, сами и спровоцировали). И хотя *Nintendo* вновь предложила целую серию инновационных игр (чего стоит только первый полноценный трехмерный платформер – *Super Mario 64*, 1996), ее главной проблемой стали как раз устаревшие технологии. Так, именно из-за технологий от *Nintendo* отвернулся один из главных ее союзников – компания *Square*. Желая создать по-настоящему глубокую историю, новую часть серии *Final Fantasy* – *Final Fantasy VII* (1997), в итоге ставшую настоящей сенсацией в мире видеоигр, – *Square* выпустила ее также именно на *PlayStation*.

В любом случае эпоха *PlayStation* – это действительно «Новое время» в истории видеоигр. Ведь *PlayStation* характеризуют не только трехмерная графика, интерактивная камера, кинематографичность и реализм, но и, к примеру, антропоцентризм. Не случайно рекламным слоганом *PlayStation* были, по сути, атеистические слова “*More Powerful Than God*” – «Могущественнее, нежели Бог». И действительно, главным лицом *PlayStation* уже не были мультяшные герои типа Марио и Соника; главным лицом *PlayStation* стала расхитительница гробниц Лара Крофт из игры *Tomb Raider* (1996).

Сближение компьютерных и консольных игр в середине 1990-х гг. стало поводом для того, чтобы компьютеры также, наконец, стали полноправной частью игровой индустрии. И хотя это может прозвучать странно, но игровая индустрия до середины 1990-х – это в первую очередь индустрия консолей (и лишь во вторую и третью – аркад и портативных игровых устройств, не говоря уже о компьютерах). Правда, это не означает, что до этого момента на компьютерах не было достойных игр. Конечно, они были. Однако атмосфера создания игр на компьютерах была совсем другой – гораздо более независимой и экспериментальной.

В начале главы мы уже говорили, что первыми компьютерными играми были интеллектуальные игры. И хотя именно компьютерная игра *Spacewar!* стала образцом для первых аркадных игр, игры на компьютерах стали развиваться в другом направле-

## 2. Краткая история игровой индустрии

нии, нежели в аркадах. Учитывая аппаратные ограничения, основным типом игр на компьютерах стали текстовые игры. И если на аркадах в центре находился интенсивный игровой процесс (реагировать надо быстро, ставки очень высоки), то на компьютерах фокус был сделан на нарративе, продвигаться сквозь который следовало, обдумывая каждый шаг. Конечно, постепенно к тексту стала прибавляться какая-то минимальная визуальная информация, однако на деле игра продолжала оставаться текстовой, что хорошо видно даже на примере первой *Ultima* (1981) (рис. 18).



Рис. 18. Скриншот *Ultima* (1981), *Richard Garriot/Origin Systems*

Принципиальный шаг вперед компьютерные игры сделали благодаря графическому пользовательскому интерфейсу, популяризованному компанией *Apple*. Причем дело не только в том, что благодаря ему компьютеры стали массово проникать на рынок, но еще и в том, что многозадачность, являющаяся принципиальной характеристикой компьютера, получила, наконец, удобную визуальную форму. Отныне игры, ориентированные на сложное нелинейное повествование и старающиеся учесть в нем самые разные показатели и характеристики, получали дополнительный и, главное, интуитивно понятный инструмент для визуализации лежа-

щих в основе игры параметров. Именно так прокладывался путь к первым *RPG (role-playing game)* и стратегиям – жанрам, принципиальным именно для компьютерных игр.

Правда, к моменту, когда компьютеры оказались готовы войти в игровую индустрию, она уже была поделена между более крупными игроками типа *Atari* и *Mattel*. Это стало поводом для компьютерных компаний, заинтересованных в продаже своих устройств (а для компьютера в центре все-таки находились не игры; игры были лишь приятным дополнением), не создавать искусственно некомфортные условия для разработчиков. В принципе, производителей компьютеров вообще условия создателей игр мало интересовали. Их интересовало одно – чтобы покупали сами компьютеры. Ведь для начала надо одолеть конкурентов в виде консолей и лишь затем думать о полном контроле рынка компьютерных игр. Именно это обстоятельство сделало возможным появление альтернативного, куда более теневого рынка видеоигр, где, в отличие от консольных игр, продолжили царить авторство, творческая энергия и независимость.

И действительно, именно на компьютерах зародилась культура авторских игр. Ричард Гэрриот (автор *RPG Ultima*, 1981), Уилл Райт (автор городского симулятора *SimCity*, 1989), Сид Мейер (автор исторического симулятора *Civilization*, 1991), Питер Молинье (автор симулятора бога *Populous*, 1989), Хидео Кодзима (автор одной из первых стелс-игр *Metal Gear*, 1987) – все они изначально были заняты в производстве игр для компьютеров. На консолях же, как мы об этом писали, вспоминая первую в истории игровую «пасхалку», ситуация была совсем иной. Так, Сигэру Миямото получил право на свое имя лишь тогда, когда перестал делать игры. В дискетной версии *The Legend of Zelda* вместо его имени указан псевдоним *Miyahon*. Схожая ситуация была и в *Sonic the Hedgehog*. И хотя там указаны имена создателей игры, сделано это черными буквами на черном фоне, так что без специального патча имена никак не прочесть. Однако иная игровая культура вела и к другому типу игровой экономики.

Так, когда на рынке появились первые домашние компьютеры, игры на них уже можно было покупать. Вот только игры эти

## 2. Краткая история игровой индустрии

продавались не на картриджах, как на консолях, и даже не на аудиокассетах или дискетах, как будет потом, а в специальных журналах, откуда, строка за строкой, код переписывался в командную строку и вносился в память компьютера. И хотя это были очень примитивные игры, уже такой формат позволял молодым программистам зарабатывать небольшие деньги на публикации исходного кода собственных программ. После такого экзотического способа реализации игр пришло время аудиокассет и дискет (именно так, реализуя свои игры, юный Гэрриот стал зарабатывать суммы, сопоставимые с зарплатой своего отца-астронавта). На смену же последним пришли модели программного обеспечения по подписке и условно-бесплатного ПО. В первом случае модель была аналогична подписке на газеты или журналы, только здесь подписчик (каждый месяц тративший небольшую сумму денег) ежемесячно получал дискету, заполненную разными программами, как игровыми, так и нет. Условно-бесплатное ПО позволяло пользователю получить набор программ, ничего за него не платя, имея при этом возможность перечислить авторам любимых программ столько денег, сколько он сам посчитал нужным. Обе модели хорошо работали, и именно в таких условиях начали свой путь Джон Ромеро и Джон Кармак, основавшие *Id Software*, известную своим бескомпромиссным шутером *Doom* (1993) (рис. 19).

Сегодня *Id Software* по праву можно было бы назвать независимой («инди») студией. Однако она не была независимой так как, в целом еще не было того, от кого можно было бы освободиться. Компания *Id Software* не играла по правилам индустрии, она играла по собственным правилам. Так, игра *Doom* не выходила цельной, она выходила по частям. Первый уровень был бесплатным, каждый же последующий нужно было отдельно покупать. Причем покупать прямо с сайта *Id Software*. Для консольного рынка такая ситуация было просто немыслима.

И хотя *Doom* не стал самой успешной игрой на компьютере в 1993 г. (его обошла одна из первых компьютерных игр, которая использовала возможности *CD-ROM*, – приключенческая игра *Myst* (1993)), все заработанные деньги авторы *Doom* получали напрямую от игроков.



Рис. 19. Скриншот *Doom* (1993), *Id Software* / *Id Software*

К тому же влияние *Doom* было настолько велико, что даже *Microsoft* для рекламной поддержки своей операционной системы *Windows 95* решила использовать именно игру от Ромеро и Кармака. И хотя приход *Microsoft* на компьютерный рынок как раз и ознаменовал конец эпохи компьютерного анархизма и вместе с тем начало жесткого корпоративного контроля, аналогичного тому, что сформировался на консолях, наследие, которое оставили *Id Software*, стало неотъемлемой частью компьютерной игровой культуры. Речь о культуре модов и машиниме, связанных, с одной стороны, с освобождением игровых движков от игр, которые на них сделаны, с другой – со специальной функцией съемки внутриигровых событий. Начало и тому и другому положили авторы *Doom*, сформировавшиеся в атмосфере хакерской культуры 1980-х гг.

### § 2.6. Новейшее время: Интернет, мобильность и независимость

Во второй половине 1990-х гг. консольный рынок принадлежал *Sony*, а на компьютерном все большую роль начинала играть компания *Microsoft*. И хотя *Sony* своей *PlayStation* произвела настоящий фурор, ни *Sega*, ни *Nintendo* не готовы были опускать руки. Смирившись с поражением из-за *Saturn*, *Sega* переключилась на новую консоль *Dreamcast*. *Nintendo* же стала готовить консоль *GameCube* (на этот раз с мини-дисками). Но стоило только *Sony* выпустить *PlayStation 2*, как конкуренты снова оказались в тени победителя. Для *Sega* этот проигрыш оказался фатальным. Не имея возможности дальше существовать на рынке игровых консолей, *Sega* была вынуждена выйти из него. Примерно такая же ситуация была и у *Nintendo*. Единственное, что ее спасло, – это повальное увлечение покемонами во всем мире.

*Nintendo*, еще совсем недавно контролировавшая весь игровой рынок, теперь всерьез могла оказаться на грани банкротства. Причем еще опаснее ее положение стало тогда, когда в 2001 г. на место *Sega* в консольный бизнес с консолью *Xbox* пришла *Microsoft* – первая американская

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич**  
младший научный  
сотрудник, МГУ,  
г. Москва

компания на консольном рынке со времен краха игровой индустрии в 1983 г. в США. Как и когда-то *Atari*, *Nintendo* осознала, что чисто игровая компания не имеет серьезных шансов в борьбе с такими могущественными корпорациями, как *Sony* и *Microsoft*, готовыми тратить баснословные суммы на продвижение своих продуктов. *Nintendo* решила, что если она хочет остаться в игровом бизнесе, она должна полностью переосмыслить подход к созданию видеоигр и игровых консолей. Только такая кардинальная перезагрузка позволила бы ей выбраться из той технологической гонки, в которую стали загонять индустрию *Sony* и *Microsoft*.

И вот пока *PlayStation 3* и *Xbox 360* сталкивались в равной схватке, *Nintendo* выпустила гораздо более скромную в техническом плане консоль. Однако, несмотря на технические показатели, куда более слабая консоль от *Nintendo* на деле была гораздо более инновационной. В итоге консоль с интуитивным управлением и телесной вовлеченностью игрока *Nintendo Wii* стала лидером рынка, обойдя консоли от *Sony* и *Microsoft*, вместе взятые. И хотя *Nintendo* действительно вернула себе утраченные позиции, о безоговорочном лидерстве компании из Киото едва ли можно было вести речь. Теперь рынок принадлежит в первую очередь *Sony* и *Microsoft*, черпающим силы в борьбе друг с другом. *Nintendo* же держится в стороне от этой войны. *Wii* позволила *Nintendo* создать свой мир со своими правилами. И консоль *Nintendo Switch* – явное продолжение и одновременно развитие принятых тогда решений.

Однако консольные войны, как они разворачиваются сейчас в индустрии, это наследие именно «Нового времени» – эпохи, начавшейся вместе с выходом первой *PlayStation*. Если же говорить о «Новейшем времени» в истории видеоигр, то оно своим появлением обязано пяти основным событиям: демократизации Интернета, выходу на консольный рынок *Microsoft*, переосмыслению игровой политики *Nintendo*, мобильной революции и движению инди-игр. Таким образом, в перечень основных продуктов «Новейшего времени» в истории видеоигр входят, во-первых, многопользовательские онлайн-игры, во-вторых, игры на смарт-

## 2. Краткая история игровой индустрии

фонах и планшетах и, в-третьих, игры от независимых студий и разработчиков.

Конечно, история многопользовательских онлайн-игр началась еще в период текстовых игр, когда появились первые *MUD* (*Multi-User Dungeon*) – «текстовые подземелья», покорять которые игроки ринулись в начале 1980-х гг. Однако к «Новейшему времени» относятся лишь игры с момента повсеместного распространения Интернета, т.е. речь о таких играх, как *Ultima Online* (1997), *EverQuest* (1999), *World of Warcraft* (2004) (рис. 20) и т.д. Таким образом, важнейшей чертой «Новейшего времени» является не просто мультиплеер, но массовое распространение онлайн-игр. Так, именно в ММО-играх возник новый тип свободы, связанный с формированием нового типа социальности. Теперь разработчики просто не могут позволить себе принимать абсолютно все решения и заранее просчитывать все детали того, как будут вести себя игроки. Многие такие решения отныне – прерогатива игровых сообществ. И такие явления, как интернет-кражи, внутриигровой харассмент и издевательства, золотой фарминг и миграции дешевой рабочей силы из стран третьего мира в многопользовательские игры ради заработка денег, чтобы прокормить семью, – все это черты массового игрового онлайн-рынка, который к середине 2000-х гг. стал по-настоящему глобальным.



**Рис. 20.** Скриншот *World of Warcraft* (2004),  
*Blizzard Entertainment / Blizzard Entertainment*

Кстати говоря, именно благодаря онлайн-играм такие страны, как Южная Корея, Китай, а также страны бывшего СССР, смогли, несмотря на повальное распространение пиратства, все-таки стать частью мирового игрового рынка. И все это благодаря придуманной в Корее модели *free-to-play*. Действительно, если в США даже модель условно-бесплатного программного обеспечения приносила огромные доходы, то в странах с высоким уровнем пиратства игроки были убеждены, что они вообще не должны платить. Именно поэтому все попытки таких стран выйти на консольный рынок были обречены на провал с самого начала. И вот в Корее поняли, что если они хотят хотя бы что-то заработать на своих играх, то им вообще нужно перестать пытаться их «продать». Напротив, нужно дать легальную возможность игроку получить их совершенно бесплатно. Просто в самой игре нужно открыть своего рода «магазин», наполненный очень дешевыми и, как обычно говорят разработчики, зачастую лукавая, «необязательными» для прохождения предметами. В любом случае, несмотря на своего рода уловку, модель *free-to-play* позволила многим разработчикам из Европы и Азии также войти в игровую индустрию. И это, конечно же, принципиальный момент для развития игровой индустрии в эпоху «Новейшего времени».

Данная модель стала базовой в случае современных мобильных игр. И хотя история портативных устройств началась еще в середине 1970-х гг., особенностью «Новейшего времени» является включение в игровой бизнес смартфонов и планшетов. Конечно, сами по себе смартфоны не произвели никакой революции. Настоящую революцию породил сенсорный экран, сделавший игры на смартфонах принципиально открытыми и доступными для массовой аудитории, которая раньше не была знакома с видеоиграми. В принципе, сенсорный интерфейс по своему значению близок к консоли *Wii* от *Nintendo*. Общая идея была той же самой – видеоигры стали слишком сложными в техническом плане, а контроллеры к ним не позволяли сходу понять, какая кнопка за что отвечает. В этом смысле если человек не имеет никакой игровой истории, то привыкнуть к геймпадам от консолей и быстро понять все исторически сложившиеся игровые условности в

## 2. Краткая история игровой индустрии

управлении и визуальном оформлении оказывается крайне сложно. В итоге игровой рынок как бы замыкается на самом себе, становясь интересным только «избранным». Именно эту ситуацию сломали *Nintendo* и мобильные игры, привлекая к видеоиграм огромную аудиторию, которая ранее игровыми продуктами вообще не интересовалась.

Также Интернет оказался мощным инструментом в борьбе игровых разработчиков с жестокостью и цинизмом корпораций. Дело в том, что, когда *Sony* и *Microsoft* столкнулись на рынке, они начали загонять всю индустрию в очень жесткую технологическую гонку, которую выдержать могли далеко не все. Даже такие успешные компании, как *Square* и *Enix* или *Namco* и *Bandai*, были вынуждены объединяться, чтобы соответствовать требованиям нового рынка. Игры становились все дороже, возможные риски, связанные с их производством, все выше. И действительно, если производство одной игры обходится в 100 млн долларов, то как тут можно позволить себе рисковать? В итоге многие журналисты стали говорить о кризисе игровой индустрии. Речь шла о том, что все игры стали похожими друг на друга, а вся творческая энергия испарилась прочь. Но опять-таки виной всему колоссальные бюджеты, приводящие к тому, что разработчикам приходилось опираться на механики и приемы, уже зарекомендовавшие себя на рынке, а не искать что-то принципиально новое. Конечно же, эту ситуацию отмечали не только журналисты. Многие разработчики теперь ощущали себя винтиками в огромной бездушной корпоративной машине. И вот Интернет как раз и стал тем средством, которое позволило разработчикам начать свободное от корпораций создание и распространение видеоигр, вернув себе тем самым право на самовыражение.

Конечно, движение независимых разработчиков – это принципиальная характеристика современного состояния развития игровой индустрии. Однако надо понимать, что речь не идет о конфронтации творцов и корпораций. И хотя едва ли корпорации были рады той роли, которую оказало на их бизнес распространение Интернета, но позитивная сторона инди-игр была замечена сразу: это как раз и есть та лаборатория риска, в которой так сильно

нуждалась индустрия, чтобы выйти из кризиса. Начиная с сервиса *Steam* от *Valve*, все крупные участники игрового бизнеса открыли собственные аналогичные сервисы – *Xbox Live Arcade*, *PSNetwork*, *WiiWare*, *AppStore* и т.д. Основная идея всех таких площадок – сделать вход в игровую индустрию действительно легким и безболезненным. И все ради того, чтобы молодые разработчики не боялись предлагать свои инновационные и необычные проекты, которые, какими бы странными они ни казались, вполне могли принести миллионы и даже миллиарды долларов своим создателям, как это случилось, к примеру, с автором *Minecraft* (2011). К тому же большие корпорации, не вкладываясь в эти игры, отныне собирают процент с каждой проданной копии игры. Но главное, если какие-то игры или игровые решения действительно оказались успешными, то почему бы не взять их основные особенности и не перенести их в AAA-проект? Как раз так под влиянием успеха *Slender: The Eight Pages* (2012) и *Outlast* (2013) были переосмыслены высокобюджетные хоррор-игры – *Alien: Isolation* (2014) и *Resident Evil VII* (2017) (рис. 21).



Рис. 21. Скриншот *Resident Evil VII* (2017),  
*Capcom R&D Division 1 / Capcom*

## 2. Краткая история игровой индустрии

Именно такой является игровая индустрия сегодня. И хотя «эпохи», выделенные нами, – это лишь мнемонический прием, определенная логика, как мы это постарались показать, в развитии игровой индустрии действительно может быть выявлена. Причем в заключение мы укажем, что смена «эпох» имеет место не только в случае развития рынка, но и на уровне базовых игровых форм. Так, в самых первых играх принципиальной была ситуация, когда игровой мир был равен поверхности телеэкрана, к примеру в *Spacewar!*, *Pong*, *Space Invaders*. Это игровая «Древность».

В полной мере «Античность» наступила лишь тогда, когда поверхность экрана перестала равняться игровому миру, но стала лишь «окном» в виртуальный мир (*Adventure*, *Pitfall!*, *Super Mario Bros.*, *Metal Gear*). «Средневековье» окончательно утвердилось вместе с изобретением изометрии (создание иллюзии трехмерной графики средствами 2D).



**Рис. 22.** Скриншот *Pokemon GO* (2016),  
*Niantic / Niantic*

В этом смысле использование изометрии совпало с изобретением «бога», ведь главная особенность изометрического изображения – параллельные прямые, которые никогда не пересекутся. Но так как человеческое восприятие искажено законом перспективы, и параллельные кажутся пересекающимися вдали, то фигура, способная видеть параллельные такими, какие они есть на самом деле, это и есть бог (*Q\*bert*, 1982; *Super Mario RPG: Legend of the Seven Stars*, 1996; *SimCity*, 1989). «Новое время» пришло вместе с окончательным освоением 3D, которое позволило увидеть игровой мир таким, каким его видят сами персонажи, его населяющие (*Quake*, 1996; *Super Mario 64*, *Tomb Raider*). Это как раз переход от бесконечного бога к конечному субъекту с его индивидуальным взглядом на мир.

Характеристикой же «Новейшего времени» в таком случае являются технологии VR и AR, в настоящий момент как раз и представляющие наибольший технологический и коммерческий интерес (*Pokemon GO*, 2016) (рис. 22).

## 3. ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТОВ ВИДЕОИГР



### § 3.1. Развлечение, обучение, терапия: многообразие эффектов видеоигр

Исследования видеоигр требуют от нас последовательного движения от уровня игры как визуальной интерактивной / нарративной структуры к уровню бытия игроков – проблематике, которая связана с особенностями самих играющих в отношении к содержанию игрового опыта. Здесь мы сталкиваемся с ситуацией, когда видеоигры вторгаются в мир, который традиционно изучают социологи и психологи, – мир индивида и его связей с другими людьми.

В данном контексте наиболее пристальное внимание уделяется вопросам влияния игр на досуг и практики развлечений, когнитивное и возрастное развитие (социализацию), здоровье и формирование девиантного поведения (в частности, насилия, столь распространенного в современной популярной культуре).

В современных исследованиях видеоигр представления об их воздействии на аудиторию довольно раз-

*Галкин  
Дмитрий  
Владимирович,  
доктор философских  
наук, профессор,  
ТГУ, г. Томск*

нообразны. Термин «эффект» достаточно давно используется в изучении средств массовой информации (СМИ) и массового культурного производства (телевидение, кинематограф, музыкальная индустрия и др.). Его значение относится к уровню воздействия СМИ на чувства, мысли и поведение аудитории. Если радио- или телепрограмма, участники которой призывали зрителей / слушателей пожертвовать деньги на благотворительный проект, увенчалась успехом и были собраны значительные средства на благое дело, мы можем зафиксировать эффект в виде конкретного (желаемого) поведения аудитории.

Художественный фильм, прошедший по экранам тысяч кинотеатров, может вызвать волну чувств и дискуссий, тем самым повлияв на предпочтения избирателей или отношение людей к актуальным проблемам.

Эффекты СМИ могут быть намеренными и ненамеренными. Намеренный эффект связан с сознательной попыткой достичь определенных целей с использованием массовых коммуникаций. Ненамеренный эффект отражает неожиданные и зачастую трудно предсказуемые результаты воздействия СМИ (например, информация в новостях может вызвать протестную активность, хотя ее целью является лишь информирование).

Эту схему мы можем применить и к исследованию эффектов видеоигр. Однако необходимо помнить, что видеоигры принципиально отличаются от традиционных и даже современных электронных СМИ. Они интерактивны, в большей степени индивидуализированы и предоставляют большую свободу в регулировании игрового процесса. Интеллектуальная и эмоциональная включенность играющего намного выше, чем, например, при просмотре телепрограммы или кинофильма. Если мы попытаемся суммировать современные представления об эффектах видеоигр, то среди основных эффектов мы можем выделить следующие:

- 1) развлекательный;
- 2) когнитивный;
- 3) терапевтический;
- 4) социальный.

### 3. Проблема эффектов видеоигр

Далее мы рассмотрим данные эффекты подробнее. Но предварительно важно сделать одно замечание. Так называемая «теория эффекта» подверглась серьезной критике за отношение к индивиду как пассивному объекту воздействия медиакоммуникаций и интерактивных развлечений, который почти механически реагирует на посылы с экрана. Если же мы восстановим индивида в правах субъекта, критически и часто коллективно осмысляющего массовую коммуникацию, то вместо механического эффекта принципиально важным станет активная и осмысленная интерпретация, которая опосредует любое воздействие медиа и не позволяет говорить о прямых эффектах. Благодаря этим толкованиям (всегда специфичным для культурного и социального контекста разных стран и регионов), индивид вместе со своим окружением наряду с «медиа-облучением» постоянно когнитивно конструирует реальность, в которой смешиваются личный опыт, коллективные взаимодействия и познания, подпитываемые из различных медиа-источников.

#### Видеоигры и развлечения

Основной, так называемый «намеренный» (англ. *intended*) эффект, который стремятся получить производители видеоигр, заключается в предоставлении возможности для развлечения. В этом видеоигры конкурируют с множеством других развлекательных и досуговых форм современной популярной культуры. Развлечение подразумевает как субъективный момент эмоционально артикулированного удовольствия, так и более общий социальный контекст организации досуга. Субъективная сторона развлечений остается достаточно сложным предметом для исследований, хотя, видимо, именно ее имел в виду Платон в знаменитых рассуждениях о том, что игра – это счастливо проживаемая жизнь. Развлекательный эффект в наибольшей степени отражает сущность игры как незаинтересованного занятия (в классическом толковании людологии), суть которого подчиняется формуле «процесс ради процесса», т.е. игра ради самой игры.

Однако что же заставляет человека выбрать видеоигру вместо похода в кино или выезда на природу? Каковы мотивы? В чем

секрет получаемого от игры какого-то особенного удовольствия? Возможно, это желание убежать от реальности (так называемый «эскапизм»), чтобы избавиться от депрессии, разочарования и недовольства жизнью, а возможно – влияние друзей и знакомых. Большая часть проблемы заключается в том, что мотивы и желания не обязательно осознаны и четко артикулированы, да и сами эти понятия остаются достаточно неясными.

В любом случае, вне зависимости от осознанности мотивов, аудитория / публика находит свои источники развлечений и активно их использует, реагируя импульсивно, эмоционально и очень часто спонтанно. Кроме того, публика осуществляет постоянный процесс интерпретации и осмысления (рефлексии) развлечений в контексте субъективной, групповой и социальной жизни. Процесс и качество результата всегда опосредованы конкретными социальными (историческими) и психологическими обстоятельствами, приводящими к определенному типу развлечений. На примере многообразия жанров видеоигр нетрудно заметить историческую изменчивость и своего рода прихотливость их развлекательного содержания. Достаточно сравнить засилие всевозможных электронных теннисов в 1970-х гг. и бум боевиков в 1990-х. Однако лишь субъективными мотивами довольно сложно объяснить привлекательность видеоигр в качестве развлечения.

Понятие «развлечение» не следует трактовать как совокупное имя для продукции массовой культуры или форму «легкого» поведения. Это понятие находится в центре социальных и культурных процессов современного общества. Экономисты, например, используют специальный термин «экономика впечатлений». Развлечение структурирует ритм труда и досуга, наполняя последний содержанием, поддерживает эмоциональный тонус людей, проводящих основное время в рутинной и нервной работе, дает возможность забыться, убежать (на время) от реальности, взглянуть на себя и окружающих со стороны. Оно выполняет важные социальные функции, одна из которых, по замечанию представителей критической социальной теории, заключается в сублимации – т.е. переводе витальных сил человека в социально приемлемое русло труда и досуга.

### 3. Проблема эффектов видеоигр

В критической перспективе мы обнаруживаем культурные индустрии (к которым относится и игровая индустрия) как систему массового производства развлечений, как инструмент коммерциализации «суррогатного счастья» телезрителя или игрока в видеоигру. Стоит повторить этот критический аргумент: индустрии развлечений готовы на все (по крайней мере потенциально), на дискредитацию любых моральных устоев ради повышения объемов продаж. В результате полмира погружено в виртуальные убийства, расправы и насилие в самых разных его формах. Вместо чтения книг и самостоятельного мышления – бездумное скачивание информации из Интернета и бездумное копирование жизни популярных героев. Развлечение как намеренный эффект оборачивается «букетом» эффектов ненамеренных.

#### Электронное познание: когнитивные эффекты

Когнитивные эффекты отражают воздействие видеоигр на познавательные процессы и структуры человека, а также связанные с ними физиологические функции нервной системы. Они являются намеренными лишь в той степени, в какой определенное (часто сложное и длительное) обучение требуется для успешного освоения игры. Кроме того, в связи с намеренным интересом производителей мы можем определить один из важных когнитивных эффектов видеоигр как **пробуждение интереса**<sup>10</sup>, понимаемого как познавательное любопытство, которое выражается по крайней мере в активном внимании и первичных действиях поисково-познавательного характера. В играх этот эффект связан с активным стимулированием восприятия с помощью ярких цветов, вовлечения в действие, музыкального сопровождения, пространственных и визуальных эффектов, а также многоуровневой сложности игровых задач. Кроме того, поддержка интереса во многом зависит от постоянной концентрации внимания на игровом действии, а также актуализации культурных архетипов, таких как путешествие или лабиринт, например, подразумевающих освоение

---

<sup>10</sup> Обычно используется англ. термин *arousal*. См.: [83].

территории и навигацию в пространстве. В сочетании с необходимостью высокой концентрации внимания, координации движений (главным образом между зрением и моторикой рук), активным запоминанием, интенсивным принятием решений и высокой скоростью реакции интерес перерастает в сложные процессы когнитивной активности.

Исследования когнитивных эффектов видеоигр уделяют основное внимание проблематике игры в контексте возрастного развития. С определенного возраста именно дети становятся основными игроками в мире компьютерных развлечений. Видеоигры получили у детей восторженный прием, вошли в их жизнь и сердца в большей степени, чем любая другая форма интерактивных технологий. Они тратят на видеоигры много времени и сил, но получают ли что-то взамен кроме развлечения? Что-то полезное и значимое для возрастного развития? Простых ответов на эти вопросы не существует. Здесь важнее углубить понимание самой проблемы и очертить круг подходов и точек зрения к ее интерпретациям и возможным решениям.

Пионерами в изучении положительных свойств видеоигр стали ученые из Рочестерского университета, обнаружившие в начале XX в., что у любителей экшенов и автомобильных симуляторов превосходно развита зрительная реакция. Они не только мгновенно реагируют на одновременное появление в поле зрения нескольких объектов, но и эффективней воспринимают быстро меняющуюся визуальную информацию.

Безусловно, видеоигры требуют внимательности, способности концентрироваться, быстрой реакции, логического мышления. Дети любят игры за богатое фантазийное содержание, разыгрывание причудливых ролей, за красочные визуальные образы. Игры часто основаны на серьезном содержательном материале: культурно-исторические сведения, литературные и кинообразы, образцы художественной культуры, психологические задачи и даже социальные проблемы, что делает игровой опыт многогранно познавательным. Не говоря уже о том, что видеоигры стимулируют здоровое стремление к состязательности и победе, бросают вызов, подогревают любопытство, учат понимать и осваивать правила.

### 3. Проблема эффектов видеоигр

Пространственность игрового нарратива помогает развивать пространственное мышление и строить мысленные карты местности. Без сомнения, все эти аспекты в сумме дают эффект обучения комплексным действиям – эффект достаточно ценный для успешной социализации. Кроме того, ребенок делает серьезный шаг на пути понимания собственных возможностей и освоения современных технологий. Действительно, очень удобно, например, в игровой форме на компьютере изучать иностранный язык. Следует заметить, что возможности видеоигр все более активно используются не только для развлечений, но и в целях обучения.

Если следовать концепции Ж. Пиаже [280], то игра оказывается в центре всех основных процессов когнитивного развития ребенка. На ранней стадии детям необходимы практические игры для развития моторики и освоения собственного тела, где малыш должен двигаться, осуществлять физические действия. Символическая игра помогает ребенку освоить воображение и понять удивительный мир «как будто», в котором важно научиться представлять себя самого в различных ролях и ситуациях, идентифицироваться с другими людьми. Игры по правилам требуют уже более серьезных интеллектуальных (логических) усилий и научают эффективно действовать в заданных рамках, особенно если это касается коллективных действий. Высшей формой игры является игра-конструирование, которая предполагает возможность создания собственной игры и характеризует достижение уровня «интеллектуального демиурга», создающего собственные миры.

Специфика видеоигр заключается в том, что они способны сочетать элементы различных типов игр, необходимых для развития ребенка. Э. Кафаи отмечает:

«...можно, по-видимому, считать, что они соединяют в себе характеристики трех видов игр: практику, символическую игру и игру с правилами. Действительно, во-первых, требуется значительная практика, чтобы игрок достиг определенного мастерства и смог перейти на следующий уровень. Далее, видеоигры – яркий пример господства “как будто”: они позволяют детям погружаться в воображаемые миры и совершать на экране невероятные подвиги, борясь, например, с монстрами. Наконец, всякая видеоигра

подчиняется системе правил; чтобы выиграть, игрок должен их раскрыть. Именно соединением трех видов игры видеоигры отличаются от традиционных игр и игрушек... Это уникальное сочетание качеств, присутствующее в видеоиграх, возможно, объясняет их привлекательность для детей в мотивационном, когнитивном и социальном отношении» [250, с. 327].

Когнитивный эффект видеоигр является комплексным, поскольку игрок не только наблюдает, но и активно участвует в происходящих событиях. Игры пробуждают фантазию и познавательное любопытство, стимулируют интерес к открытию (узнаванию) правил и замыслов разработчиков игры. Видеоигры бросают вызов мышлению, воображению, вниманию. Необходимый для обучения и осуществления сложных действий уровень внимания довольно быстро развивается через освоение видеоигр. В особенности это касается способности к концентрации на зрительных образах, однако умение сосредоточиться на выполнении задачи также эффективно формируется в видеоигре (сопутствующим эффектом являются быстрота ориентации в незнакомых условиях и увеличение скорости реакции).

Кроме того, видеоигры возбуждают здоровое чувство конкуренции, стремление к победе и достижению результата. Через игру ребенок научается структурировать свой опыт: выдвигать и проверять гипотезы, обобщать явления; он учится на ошибках, учится ориентироваться в пространстве и осуществлять комплексные действия, требующие координации, концентрации и хорошей реакции. Согласно Э. Кафай, «продвигаясь в игре, игрок неизбежно анализирует свой опыт и вклад этого опыта в уровень достижений и успешность игры. Он должен принимать решения об изменении своих ответных действий в определенных ситуациях, чтобы выработать наиболее успешную стратегию» [250, с. 328].

Обучение и усложнение игрового поведения возможно только при условии построения комплексных когнитивных карт-схем игры, позволяющих успешно соотносить игровую ситуацию с необходимым шаблоном действия. Игроку приходится постоянно следить за навигацией в виртуальном пространстве, запоминать положение и особенности обстановки в различных местах игровой

### 3. Проблема эффектов видеоигр

площадки. Не случайно развитие визуально-пространственных навыков, навыков пространственной ориентации и действия в пространственных рамках (построение сложных ментальных карт, планирование вариантов передвижения) также являются экспериментально зафиксированным эффектом активного увлечения видеоиграми. Существует достаточно мотивированное предположение о том, что распространение видеоигр в XX в. способствовало развитию визуального интеллекта, поскольку стандартные школьные тесты интеллекта (*IQ*) демонстрируют устойчивую тенденцию роста средних показателей в решении задач на основе визуальных изображений<sup>11</sup>.

Подкреплением этих гипотез может оказаться обнаруженный физиологический эффект компьютерных развлечений. Позитронно-эмиссионная томография (*PET*) мозга здорового мужчины во время игры на компьютере показала выделение допамина – нейротрансмитора, ответственного за передачу сигнала между нейронами. Физиологи уверены в том, что допамин играет важную роль в когнитивных процессах. От его количества зависят обучаемость, внимательность и координация движений. Кроме того, эксперименты показывают влияние активной игры на работу сердца и артериальное давление. Однако это едва ли можно назвать удивительным, поскольку любая игра имеет подобный эффект.

Таким образом, обнаружение когнитивных эффектов видеоигр позволяет сделать вывод об их серьезном обучающем потенциале и ценности с точки зрения образования. С другой стороны, некоторые исследователи считают, что видеоигры являются причиной негативных когнитивных эффектов, нередко вызывая, например, серьезную аддикцию (зависимость). Пресловутая интерактивность создает иллюзию легкости совершения действий одним «кликом» и без всякой моральной рефлексии. Возникает серьезный патологический эффект, который французский исследователь П. Вирильо называет «фундаментальной потерей ориентаций» [168]. Она вызвана дезориентацией в смешении реального и виртуального миров.

---

<sup>11</sup> Эти данные получены в США, где тесты интеллекта систематически используются в среднем образовании на протяжении многих лет. См.: [47].

## Видеоигры и здоровье (терапевтические эффекты)

Многочисленные исследования установили прямое влияние видеоигр на здоровье человека. В официальном докладе Американской медицинской ассоциации (*American Medical Association*) [105] отмечается прямой ущерб здоровью людей, играющих в видеоигры. Самый опасный, но относительно редкий эффект – припадки, включая эпилептические. Активные игроки обращаются к врачам с жалобами на боли в суставах, нарушения зрения и т.п. Игровая аддикция, или «кибернетическая людомания», является официальным психиатрическим диагнозом людей, злоупотребляющих видеоиграми (подробнее об этом см. далее в параграфе о социальных эффектах видеоигр).

Однако в медицинских кругах еще с начала 1980-х гг. серьезный интерес вызывают терапевтические возможности видеоигр в лечении расстройств, связанных с нарушением внимания, гиперактивностью, нарушениями речи, посттравматическими синдромами и последствиями инсульта, аутизмом, мышечной дистрофией, нарушениями зрения. Успех лечения во многих случаях действительно подтверждает терапевтическую ценность видеоигр. Рассмотрим некоторые случаи успешной терапии с использованием видеоигр<sup>12</sup>.

Простейшим примером может служить использование игровых устройств с целью отвлечения внимания от болезненных симптомов. Поскольку увлеченность видеоигрой сопровождается повышением внимания и концентрации на игровом процессе (этот когнитивный эффект мы обсуждали выше), иные внешние и внутренние раздражители оказываются на периферии внимания. Это позволяет, в частности, отвлечь пациента от болезненных симптомов и научить справляться с болью в процессе лечения. В случае восьмилетнего мальчика с лицевым нейродерматитом с помощью портативного игрового устройства *Nintendo GameBoy* удалось значительно уменьшить неконтролируемые воздействия руками на болезненные места на коже лица, что позволило эф-

---

<sup>12</sup> По материалам статьи Марка Гриффитса «Терапевтическое значение видеоигр» [86].

### 3. Проблема эффектов видеоигр

эффективно провести основное лечение. Аналогичный эффект «отвлечения» ребенка с помощью видеоигр способствовал эффективной организации химиотерапии детей, больных раком, включая сокращение объема обезболивающих препаратов. Одну из таких игр придумал больной лейкемией мальчик.

Интересный пример использования видеоигр в качестве терапевтических средств — игра под названием *Ben's Game* (2004). Его главной целью является борьба с детской лейкемией при помощи игры, созданной девятилетним школьником Беном Даскином. В возрасте пяти лет мальчику поставили страшный диагноз — рак крови. Решив создать свой собственный препарат для лечения рака, Бен разработал концепцию видеоигры, главный герой которой разрушает раковые клетки и собирает так называемые «щиты», предохраняющие организм от рецидивов после курса химиотерапии. С воплощением идеи мальчику помогли фонд *Make-A-Wish* и компания *LucasArts* во главе с программистом Эриком Джонстоном, который стал соавтором проекта. Вышедшая в 2004 г. бета-версия *Ben's Game* мгновенно стала популярной (только за первый месяц игру скачали более 35 тыс. человек). Ее главной особенностью стала непобедимость главного героя — в ходе «боевых действий» погибают лишь клетки-монстры, что по задумке авторов должно вселить в юных игроков надежду на скорейшее выздоровление. Большими плюсами подобной креативной терапии являются ее низкая стоимость и отсутствие необходимости в дополнительной подготовке персонала.

Видеоигры оказались полезными и в целях когнитивной реабилитации представителей разных возрастных и социальных групп. Пациенты с расстройствами внимания различной этиологии (травматические, органические) проходили активные тренировки с использованием видеоигр. В результате (по сравнению с контрольной группой) большинство из них продемонстрировали явные улучшения внимания в сочетании с моторными реакциями. Продолжающиеся исследования регистрируют преимущественно улучшение пространственных навыков.

Весомые аргументы в пользу терапевтического значения видеоигр представили психотерапевты, работающие с ментальными

расстройствами, такими как аутизм или последствия перенесенных травм, и ищущие пути социализации своих пациентов. В случае семилетнего мальчика с нарушениями общения (языковые и эмоциональные трудности) видеоигры оказались единственной областью, где мальчик мог добиться успеха и отличных результатов. Это способствовало улучшению его самооценки и эмоциональной саморегуляции.

Эксперименты неоднократно подтвердили влияние игровой терапии на импульсивное поведение, когда игра помогает освоить устойчивые навыки самоконтроля. Например, американские солдаты, вернувшиеся из Ирака, проходят реабилитацию посредством игры *Full Spectrum Warrior* (2004), преодолевая психические травмы. Дозированно играя в симулятор, они вновь возвращаются к тем страшным событиям, которые стали причиной их недуга.

Научный и практический интерес представляют исследования влияния видеоигр на пожилых людей. Прогресс старения неразрывно связан с ослаблением возможностей интеллекта, что сразу же сказывается на психологическом переживании старости. В ряде экспериментов было установлено, что трехмесячный игровой тренинг (использовался один из вариантов «Тетриса») улучшает психологическое самочувствие пожилых людей. За счет активизации интеллекта и успехов, достигаемых в видеоигре, их самоощущение становилось более позитивным, а уровень самооценки повышался на фоне очевидных улучшений реакции, памяти и принятия решений. Ученые рекомендуют социальным работникам обратить более пристальное внимание на терапевтические и рекреационные возможности видеоигр в работе с пожилыми людьми.

Видеоигры могут оказаться полезными и в психотерапии как эффективный инструмент общения с ребенком, переживающим психологические трудности. Наблюдение ребенка за игрой дает психотерапевту ценную информацию об уровне агрессивности и контроле, переживании побед и поражений, уровне концентрации и внимания, скорости реакции и других важных аспектах поведения пациента. По сравнению с другими терапевтическими инструментами (сказками, рисованием, обычными играми) видео-

### 3. Проблема эффектов видеоигр

игры оказываются более эффективными, поскольку в большей степени соответствуют исторически изменившимся условиям развития детей, когда освоение компьютерных технологий становится неотъемлемой частью возрастного развития.

Опыт применения видеоигр в психотерапии и психологическом консультировании насчитывает уже более 20 лет. За это время наблюдения показали, что видеоигра может быть действительно эффективна с нескольких точек зрения: решение проблем в установлении контакта и налаживании отношений с пациентом; формирование мотивации пациента осуществлять определенную активность; стимулирование кооперативного поведения и развития социальных навыков; разрядка и смягчение агрессивного поведения; повышение самооценки пациентов. Кроме того, видеоигра может быть незаменимым инструментом наблюдения и диагностики поведения в ситуациях, когда очень сложно добиться необходимого уровня взаимодействия с пациентом (даже в случае больных шизофренией).

Ученые и врачи не только используют существующие на рынке видеоигры, но и разрабатывают собственные игры, которые изначально ориентированы на решение терапевтических задач. Так были созданы специальные обучающие игры для больных диабетом и астмой, для профилактики курения и заражения СПИДом. Их эффективность подтверждена наблюдениями и медицинской статистикой.

Таким образом, при умелом использовании видеоигры оказываются хорошим помощником для опытного и заинтересованного врача. Что особенно важно, они способны помочь людям разных возрастных групп и с различными диагнозами и показаниями. Однако пока сложно судить и сравнивать терапевтическую ценность специально разрабатываемых игр для медицинских целей и обычных коммерческих видеоигр.

### § 3.2. Социальные эффекты видеоигр: аддикция и насилие

Одним из побочных эффектов видеоигр часто называют аддикцию, или «игровую зависимость» («кибернетическую людоманию»). Вероятно, по своей природе этот эффект является когнитивным, но сопутствующие ему моменты относятся скорее к сфере психического здоровья и социализации человека. Аддиктивная привязанность к видеоиграм, выражающаяся в явном социальном эскапизме и игнорировании других форм социально значимой активности ради получения все большего удовольствия от игры, нередко рассматривается как один из негативных эффектов технологических развлечений. Приводятся данные, согласно которым в США, например, каждый пятый подросток является патологически зависимым от видеоигр [13].

Следует отметить, что игровая зависимость делает человека практически асоциальным существом, утратившим значимые связи с окружающими его людьми. В данном случае проблема не сводится к определению степени «болезненности,» или патологичности, аддикции в ее отношении к необходимости психотерапевтического вмешательства, поскольку тогда временные увлечения чем

**Галкин  
Дмитрий  
Владимирович,**  
*доктор философских  
наук, профессор,  
ТГУ, г. Томск*

### 3. Проблема эффектов видеоигр

удовно могут оказаться в разряде патологий (влюбленность, работа, любые хобби и т.п.). Либо безобидное занятие будет приравнено к тяжелым заболеваниям, имеющим аддиктивную составляющую (химическим видам зависимости – алкоголизму, наркомании). Это имеет под собой некоторые основания, поскольку один из симптомов зависимости – неспособность контролировать уровень потребления алкоголя или наркотика («дозы») – вполне подходит для характеристики игровой зависимости, когда игрок теряет контроль над количеством времени и сил, потраченных на игру.

По крайней мере пока нет даже достаточных оснований утверждать, например, что увлечение видеоиграми приводит к снижению успеваемости в школе

Термин «аддикция», очевидно, заимствован из психиатрического дискурса (понять этот аспект помогает нам постструктурализм) и может иметь важные «полицейские» коннотации (принудительное лечение, например). Психиатры различают химические и нехимические аддикции. Химическая зависимость возникает при употреблении определенных веществ, содержащихся в алкоголе, наркотиках и некоторых других распространенных продуктах (сигареты, медикаменты). Природу нехимических зависимостей объяснить сложнее. Эксперты сходятся во мнении, что природа игровой аддикции связана со стремлением человека двигаться к намеченной цели, когда близость желаемого и сложность задачи лишь усиливают мотивацию и увлеченность игровым процессом.

Даже беглого взгляда на параметры игровой аддикции достаточно, чтобы появились сомнения в использовании этого понятия. Аддикцию характеризуют следующим образом: «заикленность» на игре и ее приоритетность по отношению к другим занятиям; особые приятные чувства, настроение во время игры; потребность играть все больше и дольше; негативные эмоции, связанные с прерыванием или окончанием игры; конфликтность игрока с окружающими людьми и стремление возвращаться к одним и тем же игровым моментам. Если эти критерии можно применить даже к веселой вечеринке с друзьями или просмотру футбола или сериала по

телевизору, то продуктивность самого понятия в исследованиях видеоигр оказывается под большим вопросом.

Тем не менее необходимо знать и учитывать социальные показатели аддиктивного поведения подростков: попытки (часто граничащие с криминалом) получить деньги на новую игру или ее продолжение; непосещение школы ради игры; снижение успеваемости на фоне увеличения времени, потраченного на видеоигры; пренебрежение своими социальными обязанностями ради игры; нервные срывы в случае неуспешного развития игры; продолжение игры значительно дольше запланированного времени. При неблагоприятном сочетании темперамента человека и игровой зависимости могут произойти крайне неприятные вещи вроде вспышек неконтролируемой агрессии или тяжелых психических срывов.

Уже было сказано выше, проблема аддикции позволяет расширить рамки анализа эффектов до уровня поведения и социальных эффектов видеоигр, среди которых выделяют агрессивное и девиантное поведение, а также формирование социальной идентичности. Агрессивное поведение предположительно является следствием чрезмерного увлечения видеоиграми с элементами насилия. Общая предпосылка может быть сформулирована следующим образом:

«Каждый раз играя в видеоигру с элементами насилия, человек репетирует сценарии агрессивного поведения, которые навязывают и усиливают бдительность по отношению к врагам (т.е. предубежденно враждебное восприятие), агрессивные действия в отношении других людей, ожидания агрессивности со стороны других людей, положительное отношение к использованию насилия и убежденность в том, что насилие является эффективным и допустимым решением проблем».

Эта цитата взята из авторитетного исследования<sup>13</sup>, в котором на материале лабораторных экспериментов и опросов были получены данные, согласно которым видеоигры с элементами насилия потенциально еще более опасны, чем экранные образы насилия в

---

<sup>13</sup> Крэг Андерсен – один из авторов исследования [13], является ведущим экспертом консервативного толка в области психологии видеоигр и проблем медианасилия в США.

### 3. Проблема эффектов видеоигр

кино и телевизионных программах. Объяснить подобные выводы можно тем, что видеоигры позволяют намного сильнее, чем в кино, идентифицироваться с игровым персонажем за счет активной (интерактивной) вовлеченности в игру от его имени и присущей этому типу игр аддиктивности. Это позволяет авторам исследования сделать вывод о том, что видеоигры создают завершенную обучающую среду для агрессивного поведения, одновременно давая возможность моделировать, усиливать и отрабатывать его как навык [13].

В последующих исследованиях авторы вновь подтвердили свои выводы [14], однако дополнив их важным ограничением: выводы корректны только в краткосрочной перспективе регистрации эффекта. Кроме того, связь игрового насилия с агрессивным поведением не может быть истолкована как прямая причинная связь между видеоиграми и преступными видами насилия.

#### Игры и насилие: факты и цифры

Исследования и аргументы ученых следует соотносить с актуальным социально-политическим контекстом. Целый ряд кровавых историй, произошедших в США и Европе, приковал внимание общественности к влиянию видеоигр, основанных на насилии, на поведение подростков. Два самых вопиющих случая произошли в США и Германии.

Первое трагическое преступление было совершено 20 апреля 1999 г. в школе Колумбина (Литтелтон, штат Колорадо, США), когда два старшеклассника убили 13 и ранили 23 школьника, после чего покончили с собой. Расследование показало, что среди факторов, повлиявших на этот поступок, было увлечение школьников шутером от первого лица *Doom*. В одной из «подогнанной» под свои вкусы версий игры они были бессмертными героями, вооруженными до зубов и убивавшими безоружных, неспособных сопротивляться противников. Психологи утверждали, что у мальчиков сформировалась патологическая тяга к уничтожению людей, которые не могут оказать сопротивление. Аналогичный мотив повторился в сюжете для фильма, который два подростка подгото-

вили для одного из школьных курсов. По сценарию они приходят в военной форме с оружием в школу и убивают одноклассников-спортсменов. Сценарий был воплощен в кровавую реальность всего через год.

Еще одна трагедия разыгралась в немецком городке Эрфурт, в гимназии им. Гуттенберга. Один из ранее отчисленных выпускников – заядлый игрок в шутер *Counter Strike* – вернулся отомстить в стиле любимой игры. Он расстрелял 17 и ранил 7 человек. Начав с преподавателей, он вскоре переключился на учащихся. Обезумевшего убийцу смог остановить один из преподавателей, рискуя собственной жизнью. После этого Роберт (так звали парня) закрылся в кабинете и покончил с собой. Крайне сложно доказать, что мотивы этих убийств связаны с видеоиграми. Однако форма осуществления кровавых планов, очевидно, является вдохновением из мира компьютерных развлечений. Этот факт, вероятно, следует из еще одной страшной истории.

В 1997 г. еще один любитель жестоких видеоигр расстрелял одноклассников из родной школы. Это был 14-летний американец Майкл Карнил, хладнокровно убивший трех своих одноклассниц. Эксперты, занимавшиеся расследованием дела, выяснили, что до преступления Карнил ни разу в жизни не держал в руках настоящее оружие, однако прекрасно знал, как с ним обращаться. В этом, считают психологи, школьнику помогли видеоигры *Doom*, *Quake* и др. К счастью, главным виновником трагедии были признаны не они. Постоянные издевательства сверстников и отсутствие друзей провоцировали у Карнила частые психические расстройства.

Отдельной строкой в криминальной истории влияния видеоигр стоит серия игр *Grand Theft Auto (GTA)*, первая игра которой вышла в 1997 г. «На счету» этой игры причастность к следующим преступлениям подростков (признаваемая экспертами, однако не доказанная в судебном порядке): первое – два брата-подростка (16 и 13 лет) открыли огонь по проезжающим автомобилям из отцовской винтовки с целью проверить эффективность такого метода для угона автомобилей; второе – 16-летний подросток из Алабамы, задержанный после попытки угнать автомобиль, застрелил

### 3. Проблема эффектов видеоигр

трех полицейских и скрылся на их машине, впоследствии оправдывая свой поступок тем, что реальная жизнь похожа на видеоигры; третье – 16-летний школьник убил свою сверстницу с целью завладеть ее автомобилем.

Во всех приведенных примерах проблема мотивов преступления и формы воплощения замысла усложняется. Все более напрашивается мысль, что игровой опыт действительно трансформируется в мотивы злодеяний. Психологи выделяют четыре вида преступлений, совершенных на «игровой почве»: во-первых, преступления, в которых игры не формируют агрессивную мотивацию, но стратегия преступного поведения явно заимствуется из них; во-вторых, акты, совершенные в состоянии так называемого «измененного сознания», сохраняющегося какое-то время после сеанса игры; в-третьих, действия, направленные на удовлетворение наркотической потребности играть; в-четвертых, правонарушения, осуществляемые на фоне отягощающего влияния видеоигр [237].

Следует помнить, что видеоигры – лишь часть медиасреды, постоянно «облучающей» нас образами насилия. Статистические данные разнятся, однако в любом случае даже некоторые показатели заставляют задуматься. К 10 годам ребенок успевает увидеть на экранах телевизоров и компьютеров более 8 тыс. убийств и 100 тыс. актов насилия, которые в большинстве случаев представлены в развлекательном контексте. Вот что пишет Д.В. Жмуров:

«Статистические исследования отмечают ряд моментов. 9 из 10 детей играют в жестокие игры. Наибольшая игровая активность приходится на возраст от 4 до 18 лет. Предпочтения отдаются играм, содержащим виртуальное насилие. Неагрессивные игры выбираются в 2–4 раза меньше. На совершение насилия в играх уходит 80–90% времени. Иногда виртуальное насилие наказуемо, но чаще всего оно поощряется. Более того, во многих игровых сообществах число убийств является критерием отбора лучших игроков. Так что подросток, убивая в игре, может стремиться не только к виртуальным поощрениям (очки, бонусы), но и к совершенно реальным достижениям (первенство в таблице игроков, статус в клане). Систематически играют от 5 до 20% подростков.

Из тех, кто играет, только 3–6% избирают стратегии поведения, связанные с игровой имитацией патологического насилия, направленного на слабых и незащищенных жертв... До 18 лет активный игрок видит не 40–80 тысяч “визуальных убийств”, как утверждает значительная часть исследователей, а в 4–7 раз больше. И не только видит, но и участвует в таких убийствах. При этом виртуальные убийства не воспринимаются им как что-то, подлежащее осуждению. Значительная часть игровой аудитории видит в насилии развлечение, другая ее часть игнорирует насилие. В целом одобряют жестокость 80% респондентов. Ожидания игровой аудитории также направлены на агрессивные игры» [237].

Не только видеоигры, но и рекламируемые детские игрушки более чем в половине случаев отсылают к медийным историям и персонажам, которые основаны на насильственных действиях. И вновь на примере США история показывает нам, как быстро насилие дает эффект. В середине 1980-х гг. Федеральная комиссия по коммуникациям отменила контроль за детскими программами на телевидении. В результате, как отмечает Д. Левин,

«...почти сразу после отмены контроля детских телепрограмм педагоги и учителя начали сообщать о проблемах, связанных с насилием в играх. Похоже, что у некоторых детей игра стала все более сосредотачиваться на темах и содержаниях, включающих насилие. Дети играли в борьбу и войну, они чаще делали вид, что травмируют друг друга, и использовали больше игрушечного оружия. По мнению педагогов, возросло количество случаев, когда дети для разрешения конфликтов прибегали к настоящим дракам. Они также говорили о возросшей частоте реальных травм у детей и связывали это с учащением драк в процессе игры. Прекратить, ограничить или перенаправить игру становилось все труднее: взрослые сталкивались с тем, что некоторые дети за их спинами устраивали партизанские войны» [199].

## Интерпретации насилия в видеоиграх

Суть проблемы, наиболее часто обсуждаемой специалистами, заключается в том, что «механическое насилие» – бездумное и

### 3. Проблема эффектов видеоигр

увлекательное – может быть легко перенесено в реальную жизнь. Особенно подростками, которые делают это очень легко, поскольку еще не имеют твердых моральных ценностей и часто неспособны адекватно оценивать свои действия. Обращается внимание на то, что насилие в видеоиграх очень реалистично и детализовано. Оно становится сутью игры (вместо той сюжетной канвы, в которой действует игрок). И этот опыт насилия не соответствует реальности, в которой детям придется жить (при всем стремлении производителей добиться максимальной реалистичности). Если мы все признаем, что насилие над человеком аморально и наказуемо, то превращение его в виртуальное развлечение противоречит устоям и ценностям нашей культуры. Однако эта социальная позиция противостоит рыночной установке на свободу выбора потребителя.

Не случайно на родине видеоигр – в США – активисты общественных движений инициируют многочисленные судебные процессы (правда, пока не очень успешные) против производителей «аморальной» игровой продукции. В штате Оклахома консервативные республиканцы предложили законопроект с довольно нелепой формулировкой. Они пытаются приравнять к порнографии видеоигры, в которых встречается «неприемлемое насилие», а именно «агрессия, которая подходит к стандартам для взрослых», а содержание не представляет «серьезной научной, культурной или политической ценности для несовершеннолетних» [206].

В 2002 г. Американский институт массовой информации и семьи оценил содержание видеоигр на «F», что означает даже не удовлетворительно, а просто очень плохо. Это связано с избытком демонстрации сексуальности и насилия в сюжетах игр. Ответственность и политики не могут и не должны молчать, когда в популярной игре, как это было в *Grand Theft Auto 3: Vice City* (2002) (только в начале продаж продано около 1,5 млн копий) все действие построено на криминальном насилии, как в эпизоде, в котором главный герой спит с проституткой, а потом убивает ее и получает за это призовые очки.

Мы можем выделить три основных подхода к интерпретации насилия в видеоиграх. Первый подход – социально-критический.

Суть данного подхода в стремлении понять и определить влияние видеоигр на формирование девиантного поведения людей. Вторым подходом – психологический. Он исходит из необходимости психической адаптации к насилию и агрессивности как «естественной среде» человеческой жизни. Третий подход – культурологический. Он рассматривает визуальное насилие в видеоиграх как феномен художественной выразительности и элемент эстетической традиции.

С одной стороны, насилие – это, безусловно, важнейшая этическая, социальная и политическая проблема. Превознесение насилия в видеоиграх воспитывает нечувствительность к нему, формирует агрессивное поведение и антисоциальные установки, что может привести к повышению общего уровня насилия в обществе. Однако, с другой стороны, насилие существует в реальной жизни, и, возможно, игры лишь отражают тот градус реального насилия, который показывает «температуру» конфликтов в обществе. Из этого следует, что человеку необходимо в определенной мере быть готовым и к роли жертвы, и к роли насильника; быть готовым пережить страх, беспомощность, а также иметь силу противостоять опасностям и злу, власть над обстоятельствами и способность преодоления трудностей. Если принимать существование и неизбежность насилия как факт, то каждый индивидуально вынужден выработать отношение к насилию и научиться жить в мире, где существует его угроза. Без понимания насилия невозможно найти мужество встать на позиции толерантности и мира. Следовательно, вполне возможно, что опыт виртуального насилия в видеоиграх станет полезным для осознания этих сложных вещей. Особенно мужчинам, естественная агрессивность которых может и должна стать позитивной силой в способности конкурировать, преобразовывать мир и справляться с собственными порывами к насилию (хотя бы просто разряжая их в игре, а не в жизни). Как отмечает Д. Левин,

«...игра, темы или сюжеты которой включают насилие, помогает детям проработать многие важные проблемы развития, такие как чувства агрессии и фрустрации, потребность испытать свою силу и власть, а также потребность понять насилие, о котором они

### 3. Проблема эффектов видеоигр

слышали или которое сами пережили. Таким образом, игра с включением насилия важна, служит полезной цели и должна позволяться» [199].

Интересно, что исследования психологов подтверждают связь интереса к насилию в игре и пола человека. Мальчики куда в большей степени интересуются такими аспектами игры, как борьба, противоборство, насилие и связанные с ними героизм (герой, конечно, мужчина), а также возможность катастрофического исхода игры. Если следовать современной феминистской критике, то жестокая игра апеллирует к глубинным культурным установкам «быть мужчиной». Это поясняет А. Дворкин:

«Право на физическую силу как на власть в системах мужского доминирования “вручено” мужчинам. В исторической же перспективе угрозу представляет не столько реальность мужской физической силы, сколько идеология, которая сакрализует и чувствует ее. Власть – это способность терроризировать, использовать самость и силу для того, чтобы вызывать страх. Акты террора лежат в самом широком диапазоне – от изнасилований до оскорбления действием, до сексуальных злоупотреблений, до войны, до убийства, до изувечивания, до пыток, до порабощения, до киднеппинга, до словесного оскорбления, до культурного оскорбления, до угрозы смерти... Символы террора также хорошо известны: пистолет, нож, бомба, кулак и так далее, но наиболее значимый скрытый символ террора – это пенис. Террор является основной темой мужской истории, при этом, пользуясь эвфемизмами, его именуют «славой» или «героизмом». Легенда о мужском насилии культивируется самими мужчинами с неким возвышенным вниманием (приобретая зачастую достаточно изысканные формы – сродни тем, которые мы обнаруживаем у Гомера, Шекспира и других – вплоть до Жене или Миллера). Эта легенда играет не последнюю роль в обосновании идеологии мужского превосходства, одна из догм которой гласит, что мужчинам биологически предписано терроризировать женщину и другие живые существа, что мужчины биологически агрессивны, что им присущи бойцовские качества, что они неизменно конфликтны, гормонально запрограммированы на конфликт» [224, с. 9].

Феминистская критика помогает понять, что социально-психологические интерпретации игрового насилия, заимствующие концепцию насилия из политико-юридического дискурса, страдают одним большим недостатком. Они совершенно не принимают во внимание более глубокие культурные и эстетические элементы насилия, которые, очевидно, играют ключевую роль в видеоиграх. В частности, эстетизация насилия не является изобретением дизайнеров компьютерных развлечений. От наскальных рисунков до батальной живописи, от высокой литературы (например, романа «Война и мир» Л.Н. Толстого) до популярного кинематографа наших дней (например, «Убить Билла» К. Тарантино или «9 рота» Ф. Бондарчука) темы войны, насилия, катастроф, смерти, страданий были и остаются неотъемлемой частью художественной культуры. Художники всегда были в авангарде репрезентации насилия. Видеоигры – лишь более поздняя интерактивная версия этой многовековой традиции.

Насилие в искусстве метафорично, его образы входят в систему художественного языка. Такое насилие направлено на формирование определенных эстетических переживаний. В этом смысле насилие – не такой очевидный и «прозрачный» термин, как обычно представляется исследователям. А. Усманова справедливо замечает:

«Главный соблазн, которому нам важно сообща противостоять... это проблема банализации насилия, т.е. опошления темы, ее сведения до массмедийного или политического уровня обсуждения (типа «насилие в семье», «насилие на войне», «насилие над детьми» и т.п.). Не то, чтобы я была против подобных способов обсуждения темы, но я против самоочевидности, с которой это понятие в масс-медиа и в политическом дискурсе используется. Поэтому я надеюсь избежать опошления этой темы, если мы с самого начала уйдем от привычных узусов этого термина, разрушим очевидность самого понятия... при обсуждении проблемы насилия мы постоянно должны иметь в виду этот “риторический фон” – историчность, контекстуальность, культурно-идеологическую обусловленность “насилия” и его зависимость от языка» [313].

### 3. Проблема эффектов видеоигр

С этой точки зрения в видеоиграх нет реального насилия (что, в общем, вполне очевидно). Оно только метафорическое, оформленное визуальным языком экранных образов – визуальное насилие, первичная ценность которого задается эстетическим контекстом популярной культуры. Визуальное насилие можно рассматривать как изображение насильственных действий, сопровождающихся выражением боли, агрессии, нанесением вреда телу, жестким обращением с плотью, применением различных средств и инструментов для нанесения увечий, умерщвления, истязаний, а также как неявное (имплицитное) насилие, которое осуществляется структурой самого игрового процесса – ритмом действия, динамикой визуализации и визуальных образов, использованием других средств и приемов конструирования игрового опыта. Как отмечает А. Усманова, в имплицитном насилии присутствует немало сложных эстетических приемов: эффект «обладание взглядом» (например, в *FPS*), использование Другого как вещи (объективация посредством видения), деперсонализация (обезличивание, деиндивидуализация – благодаря избеганию крупного плана или использованию крупного плана не лица, а других частей тела, что особенно характерно для порнографии), клаустрофобия – снятие пространственной дистанции (вплоть до ощущения невыносимой близости надвигающегося ужаса), изображение «смерти как зрелища смерти» и целый ряд других эстетических техник.

Таким образом, визуальное метафорическое насилие – это система художественных приемов, включенных в контекст художественной культуры и формирующий стратегии репрезентации насилия. Отдельный вопрос заключается в том, насколько стратегии репрезентации насилия определяют восприятие и реальность «реального» насилия.

### § 3.3. Как видеоигры изменили нашу жизнь?

Информационно-коммуникационные технологии изменили все сферы жизни современного человека. Они оказали значительное влияние на окружающую нас среду, а, именно: наши способы сбора, хранения и передачи информации, наши привычные способы коммуникации и самопрезентации, финансовые институты и правительство, традиционные практики менеджмента, торговли, труда и кооперации и многое другое. Современный человек взаимодействует с виртуальными объектами, количество и природа которых постоянно меняются [150]. Цифровые технологии играют сегодня ключевую роль и трансформируют поле культуры таким образом, что мы говорим не просто о культуре современной, но все более о культуре цифровой, дигитальность которой становится маркером развития. Цифровая культура основана на бинарном языке цифрового кодирования информации и конвергентной природе собственных феноменов [213]. В цифровую эпоху меняются все сферы культуры, устоявшиеся культурные иерархии и система формирования культурного опыта [304].

Развитие технологий стало ключевым фактором трансформации со-

**Галанина  
Екатерина  
Владимировна,**  
*кандидат философских  
наук, доцент,  
ТПУ, ТГУ,  
г. Томск*

**Никитина  
Ксения  
Сергеевна,**  
*магистр,  
ТПУ, г. Томск*

### 3. Проблема эффектов видеоигр

циального и культурного пространства или технологический прогресс стал возможен благодаря реализации определенных культурных установок – это предмет научных дискуссий [214]. Однако неоспорим тот факт, что культура с конца XX в. претерпела кардинальные изменения. Появляются «новые медиа» (сервисы Интернет, социальные медиа), новые интерактивные технологии обучения (симуляторы, виртуальные классы и лаборатории, массовые открытые онлайн-курсы), новые направления и формы искусства (цифровое искусство, технологическое искусство), новые способы развлечения и досуга (видеоигры, технологии дополненной и виртуальной реальности).

Одним из быстро развивающихся явлений цифровой культуры являются видеоигры. Сегодня игровая индустрия – крупнейший сегмент мирового рынка цифрового контента. Доходы игровой индустрии в 2017 г. достигли 109 млрд долларов. Видеоигры – сложное и многогранное явление, которое выступает предметом исследований различных наук: философии, культурологии, медиаведения, литературоведения, семиотики, антропологии, истории, искусствознания, социологии, психологии, нейробиологии, экономики, этики, эстетики, педагогики, информатики и других наук. Такой интерес со стороны различных направлений исследований демонстрирует, какое значение имеют видеоигры сегодня для многих областей человеческой жизнедеятельности. Игровая индустрия выходит за рамки своих изначальных развлекательных целей: игры проникают в образование, мобильные технологии, музейное дело, социальную жизнь и профессиональную деятельность [151]. И действительно, видеоигры и игровые технологии активно применяются в науке, медицине, образовании, бизнесе, вооруженных силах, менеджменте, маркетинге, искусстве, архитектуре, спорте и т.д. По словам Р. Смит, хотя взрывное развитие как компьютерных, так и игровых технологий на сегодняшний момент позволяет им проникать достаточно быстро во множество различных отраслей, кажется, что игра поглощает все иные отрасли [156]. Сегодня видеоигры и игровые технологии превратились из развлечений и игрушек для детей и подростков в мощную силу, серьезное средство влияния на массовое сознание, общество и культуру.

## Видеоигры и человек

Вопрос воздействия видеоигр на психическое и физическое здоровье человека, его психоэмоциональное состояние, когнитивные и коммуникативные способности достаточно часто рассматривается в современных научных исследованиях. Особенно обеспокоены ученые влиянием видеоигр на психическое благополучие детей и подростков, поскольку игры являются важным фактором формирования личности и ее социализации. Большинство исследований влияния видеоигр на молодежь сфокусированы на их негативных последствиях, таких как агрессия, игровая зависимость, рискованное поведение, а позитивные последствия от игрового процесса редко становились предметом отдельного научного исследования [6]. Однако сегодня мы видим определенный рост исследований, посвященных позитивным эффектам видеоигр [84].

### *Негативные эффекты видеоигр*

Видеоигры часто обвиняют в том, что они провоцируют насилие и агрессию, поскольку для многих соревновательных игр сам феномен насилия и борьбы интегрирован в игровой процесс. Утверждается, что видеоигры с жестоким контентом учат детей и подростков агрессивному поведению, враждебности, бесчувственности, толерантности к нарушению социальных норм. Результаты метаанализа 136 исследований в данной области, проведенного в 2010 г. К. Андерсеном и другими учеными, показали, что жестокие видеоигры вызывают чувства гнева и злости, способствуют агрессивному поведению и снижают уровень эмпатии и частоту проявления помогающего поведения [15].

Исследование Т. Грейтемейера говорит о том, что жестокие видеоигры влияют на повышение уровня агрессии не только у игрока, но также и у людей, находящихся в его социальном окружении. Анализ социальных сетей показал, что видеоигры с жестоким содержанием способствуют повышению уровня агрессии игрока, которая затем распространяется среди связанных лиц. Даже

### 3. Проблема эффектов видеоигр

участники эксперимента, которые не играли в жестокие видеоигры, демонстрировали более агрессивное поведение в случае, когда они взаимодействовали с людьми, играющими в них. Таким образом, был сделан вывод о том, что жестокие видеоигры способны потенциально влиять на повышение уровня агрессии в обществе [85].

Вопрос о том, оказывают подобные видеоигры негативное воздействие на детей и подростков или нет, продолжает горячо обсуждаться в научном сообществе, в среде политиков и широкой общественностью в целом. Результаты метаанализа 101 исследования, проведенного К. Фергюсоном, о влиянии видеоигр на такие явления, как агрессия, академическая успеваемость, просоциальное поведение, депрессивное состояние, симптом дефицита внимания у детей и подростков, показали, что видеоигры оказывают минимальное негативное воздействие на детское благополучие [78].

Безусловно, связь между насилием в видеоиграх и агрессивным поведением игроков существует. Однако ученые не смогли достоверно доказать, что видеоигры с жестоким контентом, такие как *Mortal Combat*, *GTA*, например, являются главной причиной агрессивного поведения игроков. Так, психологи не нашли подобного влияния видеоигр даже на детей группы риска. Результаты исследований К. Фергюсон и Ч. Олсон показали, что связь между жестокими видеоиграми и агрессией у детей минимальна, даже у детей с клинически выявленными симптомами нарушения психического здоровья [77]. Результаты Дж. Джерабек и К. Фергюсон показали, что насилие в видеоиграх не имеет влияния на просоциальное поведение, агрессивное поведение и эмпатию игроков [100].

Следует отметить, что исследования о возможности переноса агрессии из мира видеоигры в реальную действительность продолжают до сих пор. Так, ученые Йоркского университета проводили серию экспериментов, целью которых являлось выявление причин агрессивного поведения игроков. Первая их гипотеза состояла в том, что больший реализм игры влияет на более активное использование игроками насильственных концепций, приводящих к антиобщественным последствиям в реальном мире. Под реализмом видеоигры подразумевалось использование *ragdoll*-физики («тряпичной куклы»), когда враг, убитый игроком, падает

аналогично реальному убитому человеку. В результате исследователи не выявили зависимости между агрессией в жизни и физической видеоигрой. Вторая гипотеза предполагала, что реалистичное поведение других персонажей видеоигры, которые управляются компьютером, может повлиять на перенос агрессии игроком в реальный мир. Часть испытуемых играла в видеоигру, где персонажи действовали так же, как солдаты на поле боя, а вторая группа проходила игру без реалистичных тактик персонажей. Как оказалось, между «реальной» и «нереальной» тактиками и агрессией игрока нет никакой связи. Однако ученые обращают внимание на то, что исследование проводилось на взрослых людях; какими будут результаты экспериментов с детьми – неизвестно [180]. Таким образом, к настоящему моменту ни одно исследование не доказало, что видеоигры являются первичным фактором агрессивного поведения среди молодежи [97].

Ученые отмечают, что популярность жестоких видеоигр среди мужчин связана с их эмоциональной привлекательностью. Видеоигра представляет собой безопасное место, в котором возможны проявления различных эмоций без вреда для личности и общества. Проявления некоторых эмоций и поступков могут быть приняты полностью, частично или не приняты обществом вообще. Видеоигра в данном случае может служить своеобразным средством проявления социально нежелательного поведения и эмоций. Доминирующие эмоции у мужчин, такие как агрессия, гнев и другие, реализуются в видеоиграх во время выполнения заданий с насильственным содержанием. Вместе с тем в обществе не принято рассматривать рядом с категорией «мужественность» иные, «немужественные», проявления эмоций, такие как страх, сопереживание, что не позволяет мужчинам проявлять их публично. Однако данные эмоции вполне возможно пережить в видеоигре. Сложности в переживании тех или иных эмоций чаще всего возникают в подростковом возрасте. С этим ученые связывают увлеченность видеоиграми мальчиков-подростков. В них они не чувствуют никакой дискриминации, осуществляя свободное выражение эмоций, что позитивно сказывается на стабильном развитии личности [100]. Таким образом, подобные жестокие видеоигры

### 3. Проблема эффектов видеоигр

учат управлению своими эмоциями и самоконтролю. Переживание отрицательных эмоций в видеоиграх способствует тому, что игроки могут справляться с ними в реальной жизни.

Распространенным убеждением также является следующее: видеоигры способствуют уходу человека от реальности, эскапизму, психологической и социальной изоляции индивида. Видеоигры способствуют тому, что индивид предпочитает виртуальные миры реальным и проводит в них все свое свободное время, таким образом, он становится социально изолированным. Однако одновременно мы видим и то, что в большинство видеоигр люди играют совместно (с друзьями, семьей и т.д.). Более того, с каждым годом растет популярность *MMORPG*, обеспечивающих игрокам социальные контакты, взаимодействие и кооперацию, в том числе и за пределами виртуального мира.

Вопросы игровой зависимости интересуют как общественность, так и ученых. Американские исследователи предлагают пересмотреть представление об игровой зависимости как о психическом расстройстве. Глубокая погруженность в игру и сильная увлеченность видеоиграми оказывают позитивные и негативные эффекты, которые, объединяясь, образуют целостный эффект, по природе своей не являющийся ни плохим, ни хорошим, но содержащий в себе и то и другое. Игровую зависимость стоит рассматривать, когда влияние данных эффектов на личность несбалансировано, например в случае, если игрок получает больше негатива и транслирует его на свое социальное окружение. Исследователи предлагают новый подход – «культурный консенсус», учитывающий баланс негативных и позитивных эффектов видеоигр [157].

Утверждается, что видеоигры, как и использование компьютера в целом, негативно влияют на здоровье человека. Например, видеоигры могут приводить к снижению физической активности игроков, ожирению, заболеваниям опорно-двигательного аппарата. Как показывают исследования, использование компьютера более двух часов в день приводит к риску получения болевых ощущений во всех частях тела [87]. Подобный негативный эффект от видеоигр связан в большей степени с использованием компьютера. Если говорить об активных видеоиграх (*Wii* игры, фитнес иг-

ры), то этот эффект будет противоположным [28]. Подобные видеоигры развивают физическую активность, способны заменить сидение перед экраном и имеют позитивное влияние на психоэмоциональное и физическое самочувствие человека [111].

Также традиционно считается, что видеоигры приводят к ухудшению зрения, поскольку дают сильные нагрузки на глаза. Однако исследования показывают, что видеоигры улучшают способности человека различать оттенки цветов, более того, видеоигры в жанре экшен улучшают контрастную чувствительность и зрение [112].

Во многом негативное влияние видеоигр на человека связано с различными факторами, таким как, например, психологические особенности личности, возрастные характеристики, физическая активность, социальное окружение, отношения в семье и пр. Ученые, так или иначе, приходят к выводу о том, что негативное или позитивное воздействие видеоигр на детей и подростков зависит от множества факторов: особенностей психики, уже имеющихся и формирующихся привычек, социального окружения, характеристик игровой среды и ее контента и др. [305].

Учеными Оксфордского университета проведено исследование, отражающее зависимость положительного или отрицательного эффекта видеоигр от таких факторов, как степень вовлеченности, удовлетворенность жизнью, социальная адаптация, просоциальное поведение. Результаты показали, что эффект видеоигр напрямую зависит от степени вовлеченности человека в игру, количества потраченного времени на игровой процесс. Участники исследования, уделяющие немного времени игровому процессу (до одного часа в сутки), оказались более удовлетворенными своей жизнью, они спокойно переносят социальную адаптацию и в большей степени готовы помогать другим. Игроки, потратившие на видеоигры от одного до трех часов в день, по результатам исследования не отличались от первой группы. Участники, играющие более трех часов в день, показали более низкие показатели, чем другие группы. Ученые пришли к выводу: легкая степень увлеченности видеоиграми является наилучшим вариантом для удовлетворения психологических потребностей; с последующим

### 3. Проблема эффектов видеоигр

увеличением времени происходит уменьшение положительного эффекта, и далее эффект становится отрицательным [136].

#### *Позитивные эффекты видеоигр*

В настоящий момент многими исследователями увлечение видеоиграми рассматривается не только как одна из форм проведения досуга, но и как возможность когнитивного развития. Согласно исследованиям М. Палаус и других, использование видеоигр оказывает воздействие на множество функций мозга, на изменение поведения и познавательные способности [131]. Видеоигры позитивно влияют на когнитивные способности человека: улучшают внимание, развивают память, зрительно-пространственные навыки и т.д.

Для подтверждения теории о позитивном влиянии видеоигр на когнитивные способности человека ученые провели исследование по трем направлениям: рабочая память, гибкий интеллект, контроль внимания. Результаты подтвердили превосходство познавательных способностей игроков над неиграющими в видеоигры [164]. Российские исследователи Н. Богачева и А. Войскунский выяснили, что взрослые-геймеры лучше справляются с заданиями на когнитивные стили, чем неиграющие или редко играющие в видеоигры взрослые, что свидетельствует о высоком уровне развития механизмов произвольного интеллектуального контроля [194].

Видеоигры в жанре экшен улучшают такие способности, как зрительное внимание, кратковременная память, скорость реакции, скорость обработки информации. Согласно исследованиям Д. Бавелье, видеоигры в жанре экшен способствуют нейропластичности мозга [23]. Они улучшают навыки фокусировки внимания, концентрацию и скорость реакции, гибкость при переключении внимания с одной задачи на другую, скорость переработки информации, умение приспосабливаться к новому, мысленное вращение образов, умение различать слабоконтрастные объекты, способность принимать верное решение в стрессовой ситуации и т.д. Сегодня подобные видеоигры рекомендуются детям, взрослым и пожилым людям для тренировки умственных способно-

стей. Также в настоящее время разрабатываются видеоигры, которые не содержат элементов насилия и предназначены для людей с когнитивными нарушениями или травмами мозга [184].

Шведские исследователи, наблюдая за игроками *MMORPG*, пришли к выводу о том, что опытные игроки выстраивают общую стратегию, тактику ведения боя и придерживаются тайм-менеджмента, что способствует развитию данных навыков и применению их и во внеигровых ситуациях [26].

Улучшить навыки пространственной ориентации позволяют коммерческие шутеры. В отличие от школьных и университетских курсов, направленных на формирование данной компетенции, видеоигра позволяет приобрести навыки быстрее, сохранить их на длительное время и перенести их из одной сферы в другую. Пространственная ориентация является предиктором достижений в инженерных, математических и технических науках [165]. Увлечение видеоиграми может служить причиной формирования интереса к программированию и компьютерным наукам [149].

Исследование американских школьников показало, что старшеклассники, использовавшие компьютер для развлечения, в том числе для видеоигр, показали успехи по чтению и математике [39]. Кросс-культурное исследование европейских детей в возрасте 6–11 лет продемонстрировало, что дети, активно играющие в видеоигры, показывают более высокую успеваемость по математике и чтению по сравнению с их неиграющими сверстниками. Более того, игроки реже испытывают трудности в общении [110].

Однако видеоигры по-разному влияют на гиппокам человека – область мозга, отвечающую за консолидацию информации для перехода кратковременной памяти в долговременную, хранение и обработку пространственной информации. Результаты исследований Г. Вест и соавт. говорят о том, что видеоигры могут позитивно или негативно влиять на гиппокам человека в зависимости от навигационной стратегии, которую он использует, и жанра самой видеоигры [174]. Так, видеоигры могут как повышать, так и снижать количество серого вещества в гиппокаме у разных людей в зависимости от того, какой тип навигации в пространстве использует человек. Ученые выяснили, что видеоигры в жанре экшен (шутер от

### 3. Проблема эффектов видеоигр

первого и третьего лица) негативно воздействуют на мозг человека. В таком жанре игроки привыкают ориентироваться в игре по определенной навигационной модели. Обучение по выработанному шаблону ведет к уменьшению серого вещества в гиппокампе. Ученые обнаружили, что хвостатое ядро обратным образом связано с гиппокампом, т.е. основываясь только на привычках, игроки недостаточно используют активное обучение мозга. В шутерах часто встречается карта пространства, сопровождающая все действия игрока, которая побуждает использовать реактивную стратегию изучения мира видеоигры. Такой подход пагубно влияет на гиппокамп. Наиболее приемлемый вариант изучения мира игры без вреда для здоровья – пространственная стратегия ориентирования на местности. Однако для пациентов с болезнью Паркинсона (без деменции) шутеры будут полезны. Позднее доктор Г. Вест пришел к выводу о том, что платформенные игры оказывают положительный эффект на объем серого вещества в гиппокампе у людей старше 55 лет. В исследовании участники были разделены на три группы: платформенная игра, обучение игре на фортепиано и контрольная группа. После полугодового эксперимента МРТ участников показало, что количество серого вещества возросло только у группы, играющей в *Super Mario 64*. В дальнейшем исследование может помочь в изучении процессов, которые приводят к развитию болезни Альцгеймера [174].

Видеоигры развивают логическое мышление. Логические задания в видеоиграх увеличивают количество серого вещества в лобных долях головного мозга, отвечающих за абстрактное мышление, принятие решений и решение логических задач [46]. Долговременное исследование игроков-подростков, играющих в стратегические игры, показало улучшение их результатов в решении логических задач. Такой навык положительно влияет на академическую успеваемость [7].

Развивающие игры для самых маленьких игроков позволяют им освоить иностранные языки и другие предметы. Более того, люди, играющие в видеоигры, лучше справляются со стрессом и менее раздражительны [218].

Дихоптическая видеоигра помогает улучшить состояние зрения у взрослых с амблиопией, т.е. с синдромом «ленивого глаза»,

когда основную зрительную нагрузку несет один глаз, а изображение от другого глаза мозг не воспринимает. Данная видеоигра показывает различные изображения для каждого глаза по отдельности. Исследование показало, что группа, играющая в видеоигру, улучшила стрессоустойчивость, скорость чтения и контрастную чувствительность по сравнению с группой, смотрящей фильмы [166].

Некоторые видеоигры подталкивают игрока постоянно пересматривать свои стратегии и искать новые пути решения задач, развивают, таким образом, креативное мышление. Игрово-головоломка *Portal 2* (2011) предлагает игроку проходить по лабиринтам, используя физические законы для взаимодействия со средой мира. Во время обучения игрок начинает вырабатывать стратегию по прохождению лабиринтов, однако, заходя в новую комнату, его прежние стратегические решения оказываются малоэффективными. В этот момент у игроков появляются чувства разочарования и беспокойства, и данное эмоциональное реагирование побуждает человека пересматривать предыдущую и разрабатывать новую стратегию. Изменение системы правил встречается в сюжетно-ролевых играх, таких как, например, *World of Warcraft*, *Angry Birds* (2009), *The Lost Vikings* (1993), *King's Bounty* (1990), *Heroes of Might and Magic* (1995). В них, переключаясь между персонажами с различными специальными свойствами, игрок осваивает различные тактики поведения [84]. Адаптация своих тактик и стратегий за короткий промежуток времени развивает креативность. Благодаря наличию разнообразных эмоций, полученных во время игры, у человека появляется опыт, помогающий в преодолении тревоги и стресса.

В Мичиганском университете были проведены экспериментальные исследования видеоигр на предмет регуляции эмоционального состояния. В начале две группы студентов погружались в состояние скуки / стресса с помощью заданий. После этого студенты играли в симулятор полетов с возможностью выбора уровня сложности. Участники, погруженные в состояние скуки, чаще всего выбирали высокий уровень сложности, а студенты из группы стрессового состояния предпочитали средний уровень. Затем с помощью тестов у

### 3. Проблема эффектов видеоигр

участников двух групп измерялись показатели уровня стресса и скуки. В результате за счет самостоятельного выбора уровня сложности видеоигры игроки смогли отрегулировать свое эмоциональное состояние [41]. Такой результат вполне объясним: в теориях мотивации говорится о состоянии успеха. При выполнении простых задач человек не испытывает ощущения успеха, но усложнение задач (средний или сложный уровень) позволяет в полной мере пережить это чувство, после чего у игрока повышается самооценка и улучшается настроение. Таким образом, человек сам себя выводит из состояния скуки или стресса.

В целом среди позитивных эффектов видеоигр можно выделить следующие: видеоигры улучшают внимательность, наблюдательность, способность быстро принимать решения, развивают память, логическое мышление, навыки решения проблем, способности к обучению, умение обрабатывать массивы информации, развивают визуально-пространственные навыки, зрительно-моторную координацию, улучшают процесс понимания прочитанного текста и т.д.

Более того, позитивные эффекты от игрового процесса могут быть связаны с психологическим благополучием личности. Видеоигры способны удовлетворять базовые психологические потребности, согласно теории самодетерминации, а именно потребности в компетентности, автономности и во взаимосвязи с другими людьми. Их удовлетворение приводит к повышению внутренней мотивации и благополучию личности [8]. Когда мы играем в видеоигры, то делаем это не из-за давления внешнего мира, мы испытываем внутреннюю мотивацию. В основе внутренней мотивации лежат три базовые психологические потребности, удовлетворение которых обеспечивает психологическое благополучие личности. Когда мы играем в видеоигры, данные потребности удовлетворяются.

Потребность в компетентности удовлетворяется, если человек чувствует свою способность преодолеть сложности и испытания игрового процесса. Изначально запрограммированные возможности игрового персонажа ограничены; таким образом, можно стать компетентным после обучения в игре. Как правило, видеоигра предоставляет возможность сохранения пройденного пути и возможность

преодолевать препятствия снова и снова, что «приводит к увеличению компетентности без переживания фатальности совершенных ошибок» [240]. Достигать общей цели игры можно с помощью разных персонажей с различными навыками и умениями, что позволяет проходить игру заново, удовлетворяя компетенции различными способами.

Потребность в автономности удовлетворяется в видеоигре через свободу действия игрока в принятии решений. Самостоятельность принятия решений в моменты битв, продумывание тактики удовлетворяет потребность в автономности.

Потребность во взаимосвязи удовлетворяется, когда игрок чувствует свою тесную связь с другими людьми, выраженную в совместных действиях, кооперации, общении и т.д. Многопользовательские видеоигры объединяют игроков из разных городов и стран с помощью включения в одну группу и желания выполнить общую цель. С помощью случайности объединений в группы люди, в реальной жизни трудно идущие на контакт и совместную деятельность, оказываются в команде с общей задачей и вынуждены решать ее сообща. Российские исследователи показали, что игроки выбирают онлайн-игры как способ проведения досуга в основном из-за внутренней мотивации вне зависимости от возраста, пола и жанра видеоигры. Популярные онлайн-игры удовлетворяют базовые психологические потребности, повышая внутреннюю мотивацию [240].

Персонаж в видеоигре развивается вместе с самим игроком. В играх не только удачные битвы и выполнение заданий вовлекают пользователя в игру; наиболее эффективными являются провалы, они развивают настойчивость в человеке при преодолении трудностей. В исследовании М. Вентура и соавт. перед испытуемыми ставили задачу решения анаграмм различного уровня сложности. Результаты эксперимента показали, что участники, играющие в видеоигры, были более настойчивы в решении сложных анаграмм [167]. При неудаче игроки не испытывали злости и разочарования, наоборот, проявляли больший интерес к решению столь сложной задачи. Прогресс в развитии персонажа усложняет и процесс прохождения видеоигры, а именно появляются более

### 3. Проблема эффектов видеоигр

сложные задания и сильные противники, что повышает мотивацию игроков, которые продолжают упрямо идти к своей цели [119]. Мотивация, появляющаяся при решении трудных задач в видеоигре, переносится в реальный мир и положительно влияет на академическую успеваемость учащихся. Такой положительный эффект видеоигр отражен в работе М. Эванс и соавт. В исследовании участники проявили большую вовлеченность в учебный процесс, а также улучшили свои оценки в математических дисциплинах [74].

Видеоигры способны вызывать состояние потока. Термин «поток» был введен М. Чиксентмихайи. Поток – состояние полной поглощенности деятельностью, когда все остальное уходит на второй план [324]. Данное состояние характеризуется высокой сосредоточенностью и погруженностью в процесс деятельности, повышенной осознанностью, полной поглощенностью решением задачи и отвлечением от своего Я. Все эти составляющие характерны для игрового процесса. Видеоигры ставят перед игроком четкие, понятные и достижимые цели; игроки получают от игры мгновенную обратную связь; визуальная и слуховая информация позволяет игроку сконцентрироваться на определенной задаче и не отвлекаться. Таким образом, видеоигры способны формировать состояния потока, а значит работать с внутренней мотивацией.

Таким образом, мы видим, что видеоигры способствуют удовлетворению базовых психологических потребностей человека, повышают внутреннюю мотивацию и способствуют улучшению психологического благополучия личности. Они также способствуют, во-первых, пониманию собственных возможностей, учат преодолению вызовов и сложностей, заставляют пробовать и пробовать еще раз, быть инициативными, стимулируют стремление к состязанию, борьбе и победе, учат видеть новые возможности, совершенствовать свои навыки и умения; во-вторых, способствуют пониманию собственной ответственности, учат принимать решения и решать сложные задачи, развивают стратегическое мышление; в-третьих, учат кооперации, командной работе, способствуют развитию социальных навыков и просоциальному поведению.

Если мы рассмотрим видеоигры как средство коммуникации, то увидим, что видеоигры способствуют коммуникации между разра-

ботчиками и игроками (создается открытое коммуникативное поле, в котором осуществляется креативное взаимодействие игроков и разработчиков), между игроками (видеоигры предоставляют игрокам возможности общения, выстраивания отношений, объединения в команды) [276]. Многие *MMORPG* позволяют игрокам взаимодействовать друг с другом, находясь при этом в различных точках планеты. С этих позиций видеоигры могут быть рассмотрены как средство межкультурной коммуникации, поскольку аудитория подобных игр чаще всего интернациональная, глобальная. Кооперация и социальное взаимодействие игроков со всех уголков мира может способствовать нивелированию национальных предубеждений и стереотипов и более эффективному общению представителей различных культур, этнических групп.

Видеоигры являются платформой, стирающей грани между коммуникацией со знакомыми и незнакомыми людьми и способствующей осуществлению коммуникации на иностранном языке. Так, тайские студенты видоизменили в образовательных целях популярную видеоигру *Ragnarok Online* (2002), сделав ее более концентрированной на общении на иностранном (английском) языке. В результате у игроков снизился уровень тревожности и беспокойства, присущий коммуникации на иностранном языке, они стали более смело идти на контакт [139].

Исследования показали, что видеоигры могут быть полезны для улучшения социальных способностей и просоциального поведения. Во время изучения жестоких видеоигр было обнаружено, что мужчины чаще, чем женщины, используют их для удовлетворения социальных потребностей. В случае игр по *LAN* или *MMORPG* участников больше мотивируют социальные аспекты игры, чем элемент конкуренции. Совместное прохождение игр способствует проявлению эмпатии, а в дальнейшем и кооперативному поведению, сотрудничеству в решении социальных задач. Для выявления эффекта от совместного прохождения игр с жестоким содержанием на последующее кооперативное или, напротив, конкурентное поведение ученые провели эксперимент, в котором участники совместно или по отдельности играли в *Halo II* (2004), а затем решали задачу заключенного. В результате прове-

### 3. Проблема эффектов видеоигр

денного эксперимента выяснилось, что игроки, проходящие игру совместно, более ярко демонстрировали кооперативное поведение (паттерн поведения «зуб-за-зуб») при решении задачи [75, 100].

Более того, ученые выдвинули предположение о том, что насилие в видеоиграх способствует развитию просоциального поведения в случае совместного прохождения игры. Группа игроков, назначенных на антиобщественные жестокие видеоигры, играла в *Borderlands* (2009) – шутер от первого лица, где игрок выступает в роли охотника за головами, убивающего по контрактам. Участники другой группы, назначенные на просоциальные жестокие видеоигры, играли в *Lego Star Wars III* (2011) – игру о спасении Вселенной от «плохих парней». Контрольная группа проходила *Portal 2* – приключенческую игру с множеством головоломок без жестокого содержания. Во всех трех группах во время совместного прохождения игр агрессивное поведение снизилось. После прохождения игр в одиночку и совместно игрокам предлагалось в тайне выбрать острый соус для своего соперника. В результате игроки всех трех групп, проходящие игры совместно, выбирали для своего соперника менее острый соус, а игроки-одиночки, испытывая чувство конкуренции, выбирали более острый соус для соперника. Соответственно, был сделан вывод о том, что кооперативный геймплей понижает уровень агрессии игроков и способствует просоциальному поведению [100].

Таким образом, как мы видим, наряду с негативными эффектами видеоигр, они обладают значительным потенциалом позитивного влияния на человека, который при сотрудничестве и взаимодействии исследователей, разработчиков видеоигр, педагогов, врачей и других специалистов, может принести определенную общественную пользу.

#### Видеоигры и общество

Видеоигры – неотъемлемая часть жизни современного человека. Особенно это утверждение правомерно для поколения людей, родившихся в период бурного развития цифровых технологий, так называемых «цифровых аборигенов» (*Digital Natives*).

Данный термин был предложен М. Пренски для обозначения поколения людей, которые со своего рождения находятся под воздействием цифровых технологий и не знают жизни вне них. Сегодня нам действительно сложно представить жизнь без информационно-коммуникационных технологий (Интернета, компьютера, социальных медиа, видеоигр и т.д.). Людей, которые родились до начала цифровой эпохи, он предложил назвать «цифровыми иммигрантами» (*Digital Immigrants*) [135]. Как правило, исследователи относят к «цифровым аборигенам» людей поколений Y и Z, согласно известной теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува [159].

Новое поколение – поколение Z – охотнее принимает внедрение новых технологий, они быстрее адаптируются к ним. Безусловно, это оказывает значительное воздействие на их образ жизни, процесс обучения и дальнейшее профессиональное становление. У поколения Z меняются паттерны поведения, стиль и способы коммуникации, то, как они проводят свободное время, развлекаются, обучаются и т.д. Количество времени, затрачиваемое ими на видеоигры, только увеличивается. По результатам исследования компании *ChildWise*, ребенок – представитель поколения Z – каждый день использует компьютер, планшет, смартфон и игровую консоль [243]. Игровое сообщество сегодня – это 2,2 млрд человек. Поэтому те социальные изменения, которые произошли в XXI в., будут определять наше будущее в образовании, политике, экономике, науке и культуре.

Игровая индустрия в последние десятилетия стала значительной частью современной экономики. Она принесла значительные социально-экономические изменения: создала новые рынки, новые корпорации, новые бизнес-модели, новые рабочие места, применила новые технологии (трехмерный игровой движок, компьютерные сети, технологии виртуальной реальности, искусственный интеллект) и др.

Индустрия видеоигр является сегодня движущим фактором развития экономики. Одним из первых исследователей виртуальной экономики стал Э. Кастронова. Он пришел к выводу, что экономика в виртуальных мирах развивается по тем же законам, что и реальная [49]. Многие видеоигры транслируют и укрепляют в

### 3. Проблема эффектов видеоигр

сознании людей ценности глобального капитализма [69], по сути, виртуальные миры видеоигр являются прототипами реального мира с его системой экономических отношений и имущественным неравенством [289]. В нашем обществе мы видим органическую взаимосвязь реального и виртуального миров. Виртуальные миры помогают достичь целей капитализма (максимизация прибыли, внушение идей, выгодных господствующему классу), а мир реальной экономики способствует развитию игровой индустрии.

Симулятивная экономика, продуцируемая современными компьютерными технологиями и видеоиграми, становится сегодня новым объектом экономических исследований [220]. В виртуальных мирах видеоигр формируются экономические отношения, предметом которых являются нематериальные, виртуальные блага. Подобные симулятивные экономические отношения, основанные на распределении виртуальных ресурсов, изготовлении и потреблении виртуальных благ, становятся частью нашей реальной социально-экономической системы [221].

Видеоигры способствуют тому, что появляются производители и потребители виртуальных благ, которые приобретаются игроками за реальные денежные средства. Так, например, игра *Entropy Universe* (2003) позиционируется как единственная в мире игра, экономика которой основана на обороте реальных денег. Заработанные в видеоигре денежные средства в игровой валюте (*PED*) пользователь может вывести на свою банковскую карту в любом банке мира, конвертировав их в доллары США. Уже несколько человек стали долларовыми миллионерами благодаря *Entropy Universe*. Игра была неоднократно занесена в книгу рекордов Гиннеса за самые крупные сделки с виртуальными предметами. Последний рекорд в 2,5 млн долларов был установлен в момент оптовой покупки большого пакета внутриигровых ценных бумаг, дающих игроку право стать совладельцем планеты *Calypso* [72]. Игроки также имеют возможность превращать доходы, полученные в видеоиграх в виде нефтяных денег, во вполне фиатные [220]. Примером может служить виртуальный мир *Second Life* (2003), в котором пользователи могут создавать свой реальный бизнес, обеспечивающий предметы потребления и сервисы для других игроков за

игровую валюту (*linden dollars*), которую возможно обменять на доллары США.

Виртуальные пространства становятся предметом интереса и реального бизнеса крупных компаний и корпораций, занимающихся в них продвижением своих реальных и виртуальных товаров и услуг. Таким образом, мы видим, что видеоигры и игровая индустрия способствуют развитию современной капиталистической системы не только в реальной действительности, но и в виртуальных мирах.

Если рассматривать видеоигры как особый медиум, то мы можем говорить о влиянии видеоигр на общество, которое сродни и другим медиа, средствам коммуникации и средствам массовой информации. Как отмечает известный исследователь видеоигр Йен Богост, книги, кинематограф, искусство, театр, музыка, видеоигры являются медиа, которые влияют и меняют нас [31]. Однако, с его точки зрения, видеоигры – уникальный медиум, обладающий собственной силой убеждения, которая заключается в том, что сообщение, заложенное автором, передается в видеоигре не только через вербальные и визуальные средства, но также и через процедуры. Видеоигры могут убеждать посредством своих процедур: самой механики игры, ее геймплея, правил. Эта способность видеоигр была обозначена им как «процедурная риторика». Богост призывает нас осознать убеждающую экспрессивную силу процедур и рассматривать видеоигры как значительное средство влияния на нас и на общество в целом.

Таким образом, видеоигры оказывают воздействие на экономические отношения и социальные нормы нескольких поколений. Видеоигры сегодня способны достаточно сильно влиять на нас, убеждать нас, поддерживать существующий порядок и играть важную роль в будущих социальных изменениях.

Некоторые разработчики рассматривают видеоигры далеко не как развлечение, а как значимое средство социальных изменений. С теми технологиями, которые мы имеем сейчас (видеоигры, технологии виртуальной и дополненной реальности), мы можем изменить общественное восприятие многих социальных вопросов. Например, игры, представленные на международном фестивале

### 3. Проблема эффектов видеоигр

независимых видеоигр *IndieCade* в 2016 г., поднимают различные социальные вопросы. Так, *1976 Revolution: Black Friday* (2016) ставит игрока на место фотожурналиста во время иранской революции. Видеоигра является попыткой осмысления восстания, которое навсегда изменило иранское общество, попыткой придать ему «человеческое лицо». *We Are Chicago* (2016) затрагивает вопросы насилия, миграции, экономического неравенства и безопасности. *Blue Cat* (2016) формирует эмпатию к людям, страдающим депрессией и психическими расстройствами [55].

Видеоигры могут выступать одним из инструментов изменений сферы образования. Сегодня традиционные методы обучения демонстрируют свою невысокую эффективность, во многом это связано со сменой поколений и быстрым технологическим развитием. Процесс обучения поколения *Z* имеет свои особенности. Значимыми проблемами становятся вовлечение учащихся в образовательный процесс, поддержание их интереса и мотивации к освоению предмета, концентрации внимания во время занятий.

Исследователи отмечают, что сознательная концентрация внимания на одном объекте у ученика постоянно уменьшается в течение занятия. Данный процесс происходит, несмотря на значимость учебного материала, мастерство учителя и педагогический инструментарий. Основной причиной ослабления внимания психологи считают переизбыток информации. Поэтому перед современной системой образования появляется необходимость изменения стандартных подходов в обучении. Многие исследователи предлагают подход, базирующийся на принципах игрофикации учебного процесса, формировании нового игрового стиля, направленного на нахождение не просто нестандартных, но стратегически выверенных и пригодных решений для применения их в реальном мире [332].

Повысить эффективность обучения также предлагается с помощью видеоигр. Исследователи предлагают внедрять новый педагогический подход – *Digital Game Based Learning (DGBL)* – обучение на основе видеоигр [191]. Человек с детства изучает и осваивает реальный мир с помощью игр, поэтому подобный подход является естественным. Обучение означает не только накопление информа-

ции и знаний, но и их освоение, осознание и встраивание в уже имеющийся познавательный опыт. Чтобы новые факты превратились в опыт, их необходимо применить на практике. Обучение на основе видеоигр дает прекрасные возможности для этого. Мотивация у игрока-учащегося формируется уже на этапе постановки задачи. Учебный материал лучшего всего усваивается, когда обучающиеся забывают, что они находятся на занятии. Таким образом, видеоигры выступают источником мотивации к обучению. Эффективность внедрения игр в образовательный процесс зависит от того, насколько верно они интегрированы в общую структуру обучения [192].

Об изменении методик преподавания говорят сегодня не только в школе, но и в высших учебных заведениях. О. Замятина и соавт. с помощью простого прогноза показывают, что студенты, поступившие в технические университеты в 2014 г., получают дипломы бакалавров в 2018 г., а дипломы магистров – в 2020. Соответственно, пик их трудовой деятельности будет приходиться на 2025–2040 гг. Это означает, что образование должно быть не только современным, но и опережающим время. Классическая форма обучения в виде лекций и практических занятий способствует пониманию материала курса. Однако знания необходимо осваивать и применять, поэтому необходимы не использовать применять уже имеющиеся знания. Одной из возможных активных форм обучения могут быть игровые технологии, т.е. геймификация дисциплин [238].

Видеоигры, которые изначально разрабатываются как обучающие, известны под названием «серьезные игры» (*serious games*). Это игры, основной целью которых являются не развлечение и получение удовольствия (хотя они необходимым образом присутствуют), а иные, более значимые цели, например обучение, тренинг, исследование или даже реклама. Серьезные игры применяются сегодня не только в образовании, но и в различных областях, таких как медицина, оборона, наука, городское планирование, инженерия и т.д.

Если говорить о серьезных образовательных играх, то их структура такова, что цели обучения легко опознаются, а резуль-

### 3. Проблема эффектов видеоигр

таты обучения переносятся в реальную жизнь. Четких критериев, по которым та или иная видеоигра может быть отнесена к категории серьезных игр, нет, но исследователи выделяют следующие виды образовательных игр: игры, совмещающие образовательные и развлекательные цели; коммерческие развлекательные игры, которые могут быть использованы в образовании; научно обоснованные образовательные игры [71].

Некоторые исследователи полагают, что многие видеоигры можно отнести к серьезным играм. Б. Сойер и П. Смит предложили свою таксономию серьезных игр, в которой встречаются различные виды игр: образовательные игры, симуляторы, игры в виртуальной реальности, игры с альтернативными целями, эдьютеймент, обучение на основе видеоигр, симуляции с эффектом погружения, игры социального влияния, убеждающие видеоигры, искусственные среды обучения и др. [146].

Недостаточно просто взять видеоигру и использовать ее в процессе обучения или, наоборот, включить учебно-методические материалы в игровую среду. Необходимо создавать единый продукт, в котором сохраняется баланс между удовольствием от процесса игры и обучением. Во избежание ошибок при разработке серьезных игр *The Games for Learning Institute (G4LI)* предлагает опираться на три их основные характеристики: техническую применимость и удобство, соответствие образовательным целям и целостную интеграцию игровых и обучающих целей. В процессе прохождения серьезной игры пользователь должен получать достаточное количество новой информации, чтобы прийти к самостоятельному умозаключению, а также обучение в игре должно быть последовательным [192].

Сегодня появляется жанр исторических серьезных игр, которые используются в образовании. Примером может служить образовательный проект для школьников: видеоигра *Czechoslovakia 38–89: The Assassination*. Видеоигра собрала множество наград, в том числе получила первое место на престижном международном конкурсе *Games Learning Society Showcase* в 2015 г. в США [70]. Игра делает изучение истории на уроках более наглядным и привлекательным для современного поколения школьников. Она по-

казывает школьникам несколько значимых моментов современной чешской истории с точки зрения свидетелей тех исторических событий, которые рассказывают игроку свою личную историю. Ученик может увидеть те или иные события глазами нескольких очевидцев, может общаться с ними и задавать вопросы. В результате он способен сформировать свою собственную точку зрения на происходящее события. Первая часть игры посвящена нацистской оккупации Чехословакии и Второй мировой войне. Видеоигра не транслирует единственно верную позицию и трактовку истории, а помогает школьникам глубже понять политический, культурный и социальный контекст такого этого периода. Подобные видеоигры работают с исторической травмой и памятью о войне. В них заложен огромный потенциал не только в передаче исторических и культурных фактов, но и в создании возможности рефлексии и размышления о прошедших событиях и уроках истории [154].

Таким образом, серьезные игры позволяют преподнести учебный материал в увлекательной форме, реализовать полученные знания на практике, повысить мотивацию и интерес обучающихся к предмету, снять эмоциональное напряжение от непрерывного обучения, сформировать индивидуальную траекторию обучения и т.д.

## Видеоигры и культура

Безусловно, видеоигры оказывают значимое влияние на современную культуру. Вклад индустрии видеоигр в современную культуру показал Т. Донован. Он описал историю развития индустрии видеоигр как историю человеческой креативности, поддержанной технологическим развитием [65]. Индустрия видеоигр есть креативная индустрия с мощным потенциалом, которая трансформирует поле современной культуры.

Видеоигры действительно есть пространство для творчества, причем как для разработчиков, так и для самих игроков. Многие исследователи пытаются установить связь между видеоиграми и развитием креативных способностей. Одной из причин, почему видеоигра успешна в стимулировании творческого мышления, является то, что игра – это творческий процесс сам по себе. В игре

### 3. Проблема эффектов видеоигр

есть возможность подойти к решению проблемы или задачи с уникальной позиции. Кроме того, если выбранный подход не привел к желаемому результату, то можно вернуться и попробовать снова и снова. Таким образом, в процессе исследования альтернативных вариантов решения задач без ограничений во времени стимулируется творчество и развиваются креативные способности [40].

Л. Джексон и другие исследователи обнаружили, что видеоигры положительно влияют на креативность у детей, при этом другие современные технологии, такие как компьютер, Интернет, не показали подобного результата. Однако остается непоясненным один момент: видеоигры развивают креативность, или творческие дети предпочитают их, или оба утверждения справедливы [94]. В видеоиграх жанра симулятора бога, где игрок управляет сообществом игровых объектов и персонажей в роли некоей высшей сущности, обладающей сверхъестественными способностями, креативность проявляется сильнее всего.

Видеоигры активно задействуют воображение игроков и их креативные способности. В большинстве видеоигр существуют возможности создания внешности героя, а также дополнительные задания, не связанные с главной сюжетной линией, что позволяет глубже проникать в игру, реализуя свои представления и развивая воображение. Виртуальные миры, такие как, например, *Second Life* (2003), предоставляют пользователям возможности реализации своих творческих стремлений: здесь открываются художественные галереи, пользователи создают новые игровые сценарии, проводят литературные вечера, устраивают перформансы и выступления музыкантов и т.д. [300].

Видеоигры становятся источником новых креативных практик, например практик создания пользователями модов для игр, онлайн-сообществ, энциклопедий и гайдов по играм, фан-арта и т.д.

Модификация видеоигр популярна среди фанатов, поскольку большинство дополнений преобразует или упрощает игру. Например, у игроков многопользовательской игры *World of Tanks* (2010) есть самое популярное дополнение *XVM (eXtended Visualization Mod)*, позволяющее изменить маркеры над танками, т.е. добавить маркер вида танка (легкий, средний, тяжелый, артиллерия),

изменить уровень здоровья танка, изменить размер мини-карты, отслеживать нанесенный урон по противникам в режиме реального времени. Фанатами *Counter-Strike* (2000) была выпущена модификация, преобразующая реплики команд в конце каждого раунда, что внесло долю юмора в игру, а некоторые из реплик стали фразеологизмами среди игроков. Разработчики сами поддерживают тренд моддинга; например, для игры *Master of Orion* (1993) на официальном сайте видеоигры выложено руководство для пользователей по созданию собственных модификаций.

Энциклопедии и гайды по видеоиграм направлены на привлечение новых игроков в вымышленную вселенную, а также необходимы для помощи при прохождении и понимании игры. Например, фанаты *World of Warcraft* написали в совокупности четверть миллиона статей в формате *wiki* на сайте *WoWWiki*, в результате создали крупнейшую сетевую энциклопедию после Википедии [119]. Художники-игроки предпочитают выражать свою заинтересованность видеоигрой через рисунки известных игровых персонажей. Фан-арт в социальных сетях может приносить популярность и прибыль художнику; например, в качестве подарка можно заказать портрет человека в стиле его любимой игровой вселенной.

С развитием *YouTube*, *Twitch* и других сервисов приобретают популярность и развитие стриминг (*streaming*) и летсплей (*let's play*). Во время стриминга люди могут задавать вопросы в реальном времени игроку, который показывает, как проходить то или иное задание в игре. А посредством летсплея у новичков есть возможность посмотреть геймплей игры или ее прохождения. Такие креативные практики, как моддинг, летсплей, стриминг, создают ситуации, когда контент, сгенерированный пользователем (например, видеоблогером, записавшим прохождение игры), служит для другого пользователя замещением оригинального контента. Таким образом, креативность игроков встроена в современную игровую индустрию, что приводит к размыванию границ между потреблением и производством, взрывает установившиеся культурные иерархии [304]. Известный футуролог Э. Тоффлер ввел термин «просьюмер» (*prosumer*), образованный от комбина-

### 3. Проблема эффектов видеоигр

ции слов производитель (*producer*) и потребитель (*consumer*) и обозначающий реинтеграцию функций производства и потребления [310]. Сегодня сами игроки становятся соучастниками производства видеоигр – «просьюмерами». Продуктивная деятельность игроков трансформирует традиционные креативные практики, основанные на противопоставлении «автор–публика». Геймдизайнер становится неким инициатором открытого коммуникативного поля, в котором осуществляется креативное взаимодействие игроков [226].

Видеоигры есть креативная индустрия, которая создает собственный культурный контент, например популярные образы (*Pacman, Pokemon, Mario, Sonic*) и целые Вселенные (*World of Warcraft, The Witcher, The Elder Scrolls, Assassin's Creed*), которые становятся культурным феноменами, знакомыми целым поколениям, и не только геймеров.

Видеоигры также связаны с появлением новых форм искусства, таких как, например, цифровая живопись (*computer graphics art*), демосцена (*demoscene*), чиптюн (*chiptune*), пиксельная графика (*pixel-art*), глич-арт (*glitch art*), машинима (*machinima*). Видеоигры порождают совершенно новые явления современной культуры: фанфикшн (*fanfiction*), фэндом (*fandom*), косплей (*cosplay*), гик-культура (*geek culture*), киберспорт (*e-sport*) [145, 295]. По всему миру проходят фестивали, слеты, конвенты, посвященные видеоиграм как феномену популярной культуры.

Видеоигры как коммерческий развлекательный продукт оказывают свое воздействие на различные сферы культуры: кинематограф, телевидение, литературу, комиксы, музыку и др. По сюжетам видеоигр снимают фильмы и создают мультфильмы, например *Warcraft, Assassin's Creed, Mortal Kombat, Angry Birds, Silent Hill, Lara Croft: Tomb Raider, Resident Evil, Doom, Max Payne*. Видеоигры становятся основанием трансмедиальных франшиз. Сегодня визуальные образы, названия, сюжеты и идеи успешных коммерческих проектов кочуют между кино, комиксами и видеоиграми, формируя, таким образом, один синтетический развлекательный продукт, который оказывает мощное воздействие на массовое сознание и культуру [289]. По популярным видеоиграм создают-

ся в том числе и настольные игры; например, видеоигры *Master of Orion*, *Heroes of Might and Magic*, *World of Warcraft* и многие другие были перенесены на стол. И наоборот, настольные игры становились основой для разработки видеоигр, например *Dungeons and Dragons*, *Warhammer 40,000*.

Согласно Й. Рассенс, видеоигры, так же как телевидение, музыка, стали сейчас явлениями большой культурной значимости. Видеоигры стоит рассматривать как эстетическое, социальное и культурное явление. В культуре постмодерна различные типы видеоигр, как медиа, изменяют конструкцию персональных и культурных идентичностей [137]. Игра дает возможность быть кем-то иным, предоставляет временную свободу от идентичности, от воли-к-идентичности [326]. В игре ты становишься другим, принадлежишь к чему-то иному, теряешь и находишь себя заново. Вопросы утраты идентичности в игре, ее трансформации посредством видеоигр, а также формирование виртуальной, сетевой, онлайн-идентичности являются сегодня значимыми и актуальными.

Без культурного содержания видеоигры немислимы. Они создают некие образы реальности, однако игрок в них вполне может видеть все условности вымышленного мира. Чтобы захватить сознание игрока, увлечь его, заставить поверить в мир, этот мир должен иметь для него определенное значение, быть наполнен ценностями, обладать смысловым содержанием, воспроизводить культурный опыт и в целом быть включенным в современный социокультурный контекст. Видеоигры принадлежат к системе массового культурного производства, являются феноменом популярной культуры и как часть культуры являются механизмом социализации и освоения культурных норм. Видеоигры содержат богатый культурный материал (например, ценности, историю, образы, символы, образцы искусства), потребляя который, мы усваиваем те или иные нормы и ценности культуры [212]. Сами игроки отмечают среди различных факторов воздействия видеоигр на их жизнь такие, как возможности саморазвития, улучшение благополучия, факторы, связанные с культурной составляющей, например приобретение новых знаний, возможность приобщения к искусству, игровой культуре и сообществам [38].

### 3. Проблема эффектов видеоигр

В качестве примера можно привести серии видеоигр *Assassin's Creed*. Действие игр серии происходит в различные историко-культурные эпохи и в разных странах, на фоне крупных исторических событий, таких как, например, Третий крестовый поход или Великая французская революция. Объединяющая сюжетная линия серии видеоигр – это повествование о борьбе и противостоянии двух организаций: тамплиеров и ассасинов. Видеоигры серии воспроизводят исторический дух и атмосферу эпохи, повседневную культуру, а также работают с объектами культурного наследия. Так, к примеру, дизайнер и журналист Дамьен Иполи (*Damien Hypolite*) совместил скриншоты из игры *Assassin's Creed Unity* (2014), на которых представлен Париж 1789 г., с современным Парижем 2014 г. На его photographиях мы видим, насколько видеоигра отображает реальный культурный материал (рис. 23).



**Рис. 23.** Фотография Парижа Дамьена Иполи.

Источник: <https://www.thephoblographer.com/2014/12/11/damien-hypolite-matches-assassins-creed-unitys-1789-paris-2014-paris/>

Другим примером виртуального погружения в эпоху является другая видеоигра серии – *Assassin's Creed Origins* (2017), которая репрезентирует культуру Эллинистического Египта времени правления Клеопатры. В игру добавлен режим исследования, который

## Видеоигры: введение в исследования

предполагает образовательный процесс, он позволяет отключить противников и выполнение квестов и дает возможность свободно исследовать мир Древнего Египта с виртуальным гидом. «Живой музей без боев» (*combat-free living museum*) предлагает игроку экскурсии по Древнему Египту, которые разработаны историками (рис. 24).

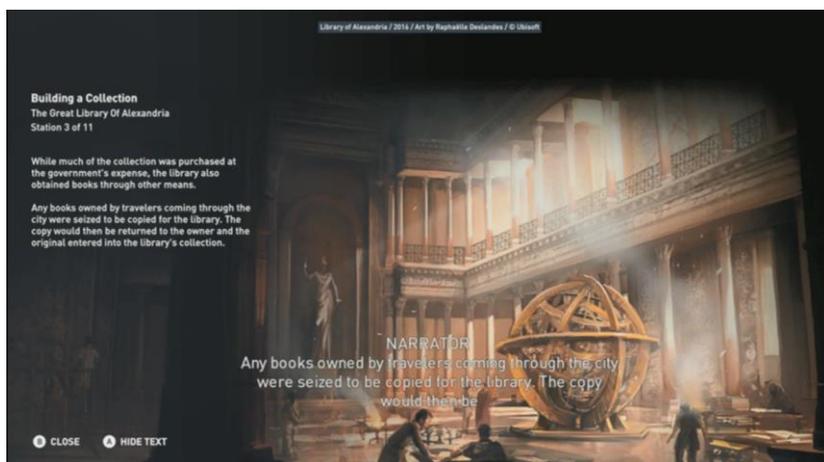


Рис. 24. Скриншот *Assassin's Creed Origins* (2017),  
*Ubisoft Montreal / Ubisoft*

В качестве примера можно также привести видеоигру *Kingdom Come: Deliverance* (2018), которая реконструирует средневековый период в истории Чехии. Игра основана на реальных исторических событиях Королевства Богемии XV в., она воссоздает культуру и дух эпохи того времени с определенной достоверностью и без фэнтезийного содержания. К реконструкции сражений были приглашены профессиональные фехтовальщики; таким образом, битвы в игре имитируют реальные средневековые техники боя (рис. 25). Игроки называют *Kingdom Come: Deliverance* самой реалистичной ролевой игрой, а преподаватели чешских университетов предлагают использовать видеоигру для изучения истории.

Игровая индустрия не только репрезентирует некий культурный материал, но и способствует сохранению и популяризации историко-культурного наследия. В качестве примера приведем компанию *Wargaming*, известную своими играми *World of Tanks*

### 3. Проблема эффектов видеоигр

(2010), *World of Warplanes* (2013), *World of Warships* (2015). По словам Александра Бобко, руководителя отдела глобальных маркетинговых спецпроектов *Wargaming*, компания активно развивает историческое направление в своей деятельности, поскольку игры компании основаны на истории и представляют собой виртуальные музеи военной техники с сотнями экспонатов. Компания реализует множество специальных проектов, связанных с восстановлением и сохранением для будущих поколений памятников военной истории: «...мы поднимаем танки со дна болот, снимаем фильмы об исторической технике, создаем виртуальные экскурсии по историческим боевым машинам» [290].



**Рис. 25.** Скриншот *Kingdom Come: Deliverance* (2018),  
*Warhorse Studios / Warhorse Studios, Deep Silver*

Среди значимых проектов компании по сохранению историко-культурного наследия: глобальная инициатива «Помним все», в рамках которой состоялась реконструкция авиаперелета Аляска–Сибирь, по которому США поставляло СССР боевые самолеты в годы Второй мировой войны; поднятие единственного сохранившегося в мире бомбардировщика *Dornier Do 17* со дна Ла-Манша совместно с Музеем королевских военно-воздушных сил Великобритании, проект «Виртуальные экскурсии по танкам», фильм о реставрации танка Т-34, реконструкция боя 1941 года в 360°. В 2017 г. компания *Wargaming* преподнесла подарок музею истории Великой Отечественной войны в г. Минске виртуальную

копию сверхредкого танка «Штурмтигра» в дополненной реальности. Как отмечает А. Бобко, человек поиграл в *World of Tanks*, потом почитал историю танка, на котором проходил игру, посмотрел видео, заглянул в онлайн-архивы музея и т.д. Таким образом, создается информационное пространство вокруг игрока, которое помогает ему расширять свой кругозор, получать дополнительное образование, интересный ему дополнительный контент. *Wargaming* выступает как эксперт, как поставщик данного контента [290].

Если мы говорим о видеоиграх как феномене современной культуры, то следует отметить, что видеоигра в том числе есть явление эстетическое, обладающее своим собственным художественно-выразительным языком. Видеоигры рассматривают сегодня как некий синтез искусств, в котором игрок выступает полноценным участником и соавтором воплощения художественного замысла разработчиков. В 2011 г. Национальный фонд поддержки искусств США официально признал видеоигры видом искусства, что позволило разработчикам наравне с представителями кинематографа, музыки, живописи и литературы рассчитывать на государственную поддержку и гранты. Являются ли видеоигры формой современного искусства или нет – вопрос дискуссионный, однако, безусловно, в играх представлено творческое, философское осмысление и воспроизведение действительности в художественных образах. Сегодня в разработке и производстве видеоигр участвуют не только гейм-дизайнеры и программисты, но также и художники, композиторы, сценаристы и т.д. Музеи приобретают видеоигры в свои коллекции, некоторые игры вполне можно назвать шедеврами индустрии.

Таким образом, видеоигры и игровая индустрия меняют нас, наши технологии, искусство, творчество, образование, они оказывают влияние на то, как мы ощущаем себя в мире, как мы общаемся, осмысливаем мир и себя. Видеоигры, продуцируя новые культурные феномены и смыслы, одновременно являются репрезентацией ценностей современной культуры. Индустрия видеоигр есть технологическая, экономическая, социальная и культурная сила, значимостью которой не стоит пренебрегать. Поскольку, как верно

### 3. Проблема эффектов видеоигр

отмечает Дж. МакГонигл, люди, которые понимают потенциал и способность игр сделать нас счастливыми и изменить реальность, будут теми людьми, которые сформируют наше будущее [119].

Каким будет наше будущее и будущее игровой индустрии, можно представить по уже существующим трендам в игровой индустрии. Согласно прогнозам таких исследовательских агентств, как *Newzoo* и *Superdata*, индустрия видеоигр продолжает развиваться и в настоящее время является одним из самых перспективных рынков в мире. *The Guardian* выделяет основные тренды игровой индустрии. Рассмотрим некоторые из них. Родители сегодняшних детей сами выросли, играя в видеоигры, поэтому они становятся наставниками для своих детей в мире видеоигр, а также играют вместе с ними. Это способствует развитию тенденции увеличения количества проектов, направленных на совместное развлечение и времяпрепровождение детей и их родителей. Тенденция будет только усиливаться, поскольку все большее количество представителей поколения *Z* будет становиться родителями. Другая тенденция связана с тем, что в эпоху *YouTube* и *Twitch* не только огромное количество людей играет в видеоигры, но еще большее количество людей смотрят летсплей и стриминги. Поэтому многие разработчики задумываются о том, как их видеоигры будут смотреться. Появляется тенденция создания проектов специально для привлечения пользователей-стримеров. Также в будущем возможна интеграция инструментов “*how to*” или “*let’s play*” непосредственно в саму видеоигру. Значимой тенденцией является разработка игр для виртуальной и дополненной реальности, технологии которых пришли на рынок массового потребления. Данные технологии обладают огромным потенциалом полностью изменить игровой опыт и восприятие виртуального мира видеоигры. Также нас ждет все более активное комбинирование цифрового и материального игровых процессов, размывание границ между играми и социальными сетями и, конечно же, игрок как активный участник разработки игр [1]. Наше будущее так или иначе связано с видеоиграми.

## 4. ИСТОРИЯ *GAME STUDIES* КАК АКАДЕМИЧЕСКОЙ ДИСЦИПЛИНЫ



### § 4.1. Людология *vs* нарратология

Игровая индустрия возникла в США в начале 1970-х гг. К середине 1980-х видеоигры уже стали мировым явлением. Спустя еще десять лет – полноценной частью мировой культуры. В этом смысле неудивительно, что именно в 1990-е гг. видеоиграми заинтересовались и университетские ученые. И хотя о видеоиграх писали и раньше, рождение «серьезных» исследований видеоигр можно датировать лишь 1997 г. Именно в этом году вышли сразу две академических книги о видеоиграх: *Hamlet on the Holodeck: the Future of Narrative in Cyberspace* Джанет Мюррей [126] и *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature* Эспена Орсета [2].

*Ветушинский  
Александр  
Сергеевич,  
младший научный  
сотрудник,  
МГУ, г. Москва*

Эти книги стали началом серьезной полемики, в итоге приведшей к рождению новой университетской дисциплины – *game studies*. Год ее рождения – 2001. Именно в этом году

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

при поддержке Университета информационных технологий в Копенгагене и Лундского университета вышел первый номер рецензируемого научного журнала с одноименным названием – *Game Studies*.

Несмотря на кажущееся «естественным» рождение новой дисциплины, на деле ее появление было связано с серьезной академической борьбой. Достаточно только взглянуть на открывающую первый номер статью главного редактора журнала Эспена Орсета, чтобы стало ясно: исследования видеоигр – это и результат, и ставка в жестокой борьбе между дисциплинами-конкурентами за право производить научные высказывания о видеоиграх [3].

Причем самая громкая полемика развернулась между сторонниками так называемой людологии, с одной стороны, и нарратологии – с другой [333]. Можно даже сказать (обычно так и говорят), что появление *game studies* – это результат победы людологов над нарратологами, которые в свое время попытались полностью присвоить себе новый исследовательский объект.

Как считали нарратологи, наиболее адекватным способом изучения видеоигр было бы расширение нарратологического подхода уже не только на кинематограф, но и на видеоигры. Это предполагало, что, подобно литературе и кино, видеоигры следует трактовать как текст. Конечно, литературный текст, кинотекст, видеоигровой текст – все это разные виды текста. Однако общая идея заключалась в том, что видеоигры (как, впрочем, и кино) – это расширение именно литературных форм повествования. Так, видеоигры превратились в версию текста, названную Э. Орсетом «кибертекст». Но что такое кибертекст? По сути, это такой текст, главной особенностью которого становится интерактивность. То есть в центре оказывается механическая организация текста, которая позволяет в реальном времени перестраивать читаемый текст в зависимости от действий, предпринимаемых читателем. В принципе, это позволяет заявить, что именно кибертекст был тем текстом, о котором так сильно мечтали авангардные писатели и наиболее радикальные теоретики литературы. Ведь в случае кибертекста равенство читателя и автора – это уже не метафора.

Ведь читатель действительно пишет текст в ходе его чтения, а значит является полноценным автором произведения, которое читает. Можно даже сказать, что если текст – это машина по генерации интерпретаций (у автора своя интерпретация, у читателей своя, следовательно, автор – такой же читатель, а читатели – такие же авторы), то кибертекст – машина по генерации новых текстов. И действительно, хотя текст уравнивает читателя и автора, единство самого текста тем не менее сохраняется. Более того, как считали Р. Барт, Ж. Деррида или У. Эко, не автор создает текст, который затем читает читатель, но сам текст создает своих читателей и авторов. Читатели и авторы – это лишь функции текста. Именно поэтому, чтобы понять автора, нам необходимы его произведения, но чтобы понять произведения, автором спокойно можно пренебречь.

Кибертекст же работает иначе. Ведь создатель кибертекста не пишет линейный нарратив со своим началом и концом, его задача – создать автономные смысловые блоки, которые могут входить друг с другом в различные сочетания, рождая в этих сочетаниях новые смыслы, которых нет в этих блоках самих по себе. Именно поэтому кибертекст – это всегда множество текстов, а «автор» кибертекста – не столько автор, сколько нарративный дизайнер, организующий и стыкующий эти тексты между собой. Ведь автором как раз и становится читатель, своими собственными действиями пишущий то произведение, которое он в реальном времени читает.

При этом стоит оговориться, что кибертекст – это не что-то именно видеоигровое. Когда Э. Орсет открыл для читателей реальность кибертекста, он тут же заметил, что примером кибертекста является уже китайская «Книга перемен» (И-Цзин). И действительно, любой игровой нарратив является кибертекстом. Ведь кибертекст – это не только древовидная лабиринтоподобная структура, в каждом узловом моменте предлагающая на выбор целый спектр дальнейших путей (что является базовым способом создания нелинейного нарратива в случае видеоигр), но и наглядно представленные блоки текста, переход между которыми осуществляется не посредством выбора, но посредством броска костей (что является общим местом настольных кибертекстов).

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

Но вот что важно: если кибертекст – это просто интерактивный нарратив, то разве не выходит, что это синоним любого игрового нарратива? Если это синоним игрового нарратива, то что здесь важно: что это нарратив или что это игра? Целая плеяда новых исследователей видеоигр пришла к выводу, что игра здесь гораздо важнее. Именно это обстоятельство стало причиной лудологической критики нарратологического подхода. И действительно, хотя в видеоиграх зачастую имеет место нарратив, он не всегда является сущностно необходимым. А вот правила и игровой процесс имеют место всегда. Именно поэтому ответом нарратологии стала лудология (термин был введен в 1999 г. разработчиком и исследователем видеоигр Гонсало Фраской) – еще не существующая дисциплина, изучающая игры и игровую активность [81]. Термин оказался настолько удачным, что лудологами стали называть себя и другие исследователи, в том числе известный теоретик видеоигр Йеспер Юл, автор одноименного блога *The Ludologist*, и даже сам Э. Орсет, со временем возглавивший лудологическое движение. Причем основной тезис лудологов заключался в следующем: можно сколько угодно говорить о нарративе в видеоиграх, однако не нарратив делает видеоигру игрой. И действительно, в тот же «Тетрис» можно вписать практически любое содержание, однако ни одно из них не сможет объяснить, что делает «Тетрис» такой привлекательной.

Победа лудологов означала, что изучение видеоигр действительно требует нового языка. А раз нужен новый язык, то нужна и дисциплина, которая на нем будет разговаривать. Так и появилась *game studies*. Ведь изначально *game studies* – это вообще синоним лудологии. Собственно, именно поэтому в названии журнала, выход которого в 2001 г. ознаменовал рождение новой дисциплины, нет слова *Video* или *Computer*. Ведь изначально речь шла об исследовательском проекте, изучающем не только видеоигры, но и в целом природу игр.

Дальнейшее развитие университетских исследований видеоигр в первую очередь было связано с признанием дисциплины авторитетными научными организациями, а также с расширением количества вовлеченных в новую дисциплину исследователей за

счет создания новых организаций, сфокусированных именно на изучении видеоигр. Так, некоторые авторитетные ассоциации исследователей игры, например *North American Simulation and Gaming Association (NASAGA)*, *International Simulation and Gaming Association (ISAGA)*, *The Association for the Study of Play (TASP)*, поддержали новое исследовательское направление и даже стали выпускать специализированные журналы, например *Simulation & Gaming* и *Play and Culture Studies*. В 2003 г. на базе того же Копенгагенского университета информационных технологий был открыт первый исследовательский и образовательный центр – *Center for Computer Games Research*, вслед за которым стали открываться и новые центры, например, *New York University Game Center*. В этом же году в Финляндии была организована Ассоциация исследований цифровых игр (*Digital Games Research Association, DiGRA*), амбиции которой уже не только охватывали локальные образовательные программы и конференции, но главным образом были заточены на создание условий для доступной коммуникации исследователей видеоигр из любого уголка мира. В этом смысле сегодня *game studies* – это уже не локальное, но международное явление в академическом мире.

В принципе, именно такую историю формирования *game studies* можно обнаружить, если начать изучать материалы по этому вопросу. И действительно, вся история выглядит очень стройной, да и победа людологов представляется справедливой. Вот только есть одно «но»: столь прочно укоренившаяся в само-описании дисциплины борьба людологии с нарратологией, по сути, никогда не происходила [82]. Причем связано это с тем, что никаких нарратологов, против которых боролись бы людологи, также не существовало. Нарратолог – это своего рода концептуальный персонаж для людолога. Иными словами, нарратолог – это не внешний, но внутренний враг. И действительно, практически все первые исследователи видеоигр – выпускники департаментов изучения литературы. Так, главный редактор журнала *Game Studies* Э. Орсет окончил докторантуру в департаменте сравнительного литературоведения Бергенского университета (Норвегия), Й. Юл – обладатель магистерской степени по дат-

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

ской литературе в Копенгагенском университете (Дания), первый президент *DiGRA* и автор первого учебника по *Game Studies* Франс Майра [116] обучался по программе исследований культуры и литературы в Университете Тампере (Финляндия) и даже один из самых влиятельных современных теоретиков видеоигр Йен Богост получил *PhD* по сравнительному литературоведению в Калифорнийском университете (США). Именно поэтому критика нарратологии – это вовсе не столкновение одних исследователей против других, но критика того инструментария, которым уже владели исследователи, впервые взявшиеся за видеоигры. Закономерно в этом смысле, что одним из главных выводов «нарратологической» книги Э. Орсега «Кибертекст: перспективы эргодической литературы» как раз и стало ограничение притязаний нарратологии на роль главного инструмента в исследованиях видеоигр. По словам автора, если и есть видеоигры, которые нарратология способна объяснить без остатка, то это лишь текстовые игры. Все остальные, включая те, центральное место в которых занимает нарратив, нарратология может объяснить уже с оговорками.

Конечно, это не означает, что людологи не отвергли нарратологию. Просто речь о том, что нарратология не представляла никакой альтернативы людологии. Ведь людологи – это тоже нарратологи, просто разочарованные в тех исследовательских инструментах, которыми они владели. К тому же, понимая это обстоятельство, можно лучше понять то затруднение, с которым сталкиваешься, когда читаешь, что та же людология, в отличие от нарратологии, не является редукционистской. И действительно, миф о борьбе людологии с нарратологией – это часть более глубинного мифа, который можно обозначить как «миф о редукции». Основная идея здесь в том, что ни одна дисциплина, кроме специально созданной для этого *game studies*, не способна говорить о видеоиграх, не впадая в редукционизм. Дело в том, что называть видеоигры текстом означает сводить их тексту. И хотя это особенный текст, тем не менее это текст, а не что-то другое. Поэтому вместо того, чтобы узнать что-то о видеоиграх благодаря тексту, мы начинаем узнавать что-то новое

о текстах – благодаря видеоиграм. Это и есть форма нарратологического редукционизма. Причем в подобного рода редукционизм впадали не только нарратологи. Так, мы можем сказать, что видеоигры – это какая-то новая форма искусства. В таком случае выходит, что о видеоиграх должны говорить теоретики искусства и искусствоведы и именно в их дисциплинах следует искать ресурс для осмысления видеоигр. Конечно, как и в случае с текстами, эта оптика может оказаться полезной, и тем не менее проблема здесь та же: ведь если видеоигры – это искусство, то мы узнаем что-то новое об искусстве, а не о видеоиграх (ведь выясняется, что искусство может быть еще и таким – видеоигровым). Точно так же можно сказать, что видеоигры – это новые, или цифровые, медиа (в таком случае мы узнаем что-то новое о медиа), особая форма интерактивного кино (в таком случае через видеоигры мы начинаем изучать кино) или даже новая версия спорта (если сделать фокус на киберспорте). И хотя *game studies* создавалась в том числе для того, чтобы отказаться от всех форм подобного редукционизма, сама людология также не избежала редукции. Ведь вместо того, чтобы создать пространство для разговора о видеоиграх как видеоиграх (т.е. чем-то, что не нуждается в дополнительном представителе, но может говорить само за себя), они погрузили видеоигры в пространство игры вообще.

Почему так произошло? Да просто потому, что не было никаких внешних, альтернативных исследовательских программ. Если бы были нарратологи, они сходу бы сказали, что людологический проект является зеркальным по отношению к нарратологическому. Но даже несмотря на то, что их не было, сама людологическая редукция также была полезна. Ведь создать новую дисциплину, не имея никаких академических предшественников и никакой исследовательской традиции, – это крайне опасный ход, способный обернуться внушительный критикой и обвинением в ненаучности. Здесь же было принято решение встроить исследования видеоигр в традицию изучения игр и игровой культуры, начатого еще Хейзингой и имеющего вес в академической среде. Это было нужно, чтобы укрепить новую академическую

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

дисциплину и придать ей нужный статус в глазах университетских коллег. Таким образом, это был в первую очередь политический и лишь во вторую теоретический ход (в таком же смысле мы предлагаем понимать борьбу людологов с нарратологами). Именно поэтому нет ничего удивительного в том, что к концу 2000-х гг., когда *game studies* окончательно окрепла, эта редукция также перестала быть нужна.

К середине 2000-х гг. противопоставление людологии и нарратологии окончательно себя исчерпало. Внутри исследований видеоигр возникло множество новых тем и сюжетов, а границы *game studies* и людологии перестали совпадать. В итоге это привело к отказу от схоластических споров о сущности видеоигр и признанию общего методологического правила, что видеоигры – это сложный объект, не исчерпываемый средствами одного языка описания.

Видеоигры – это всегда что-то еще: и цифровые медиа, и интерактивная литература, и новый вид цифрового искусства и т.д. Все эти ответы верны и вместе с тем недостаточны. Ведь неполным является не только каждый из них в отдельности, но и все они в совокупности. Видеоигры – это незавершенный объект. Он существует в нашей культуре и продолжает развиваться и меняться во времени. В этом смысле исследователь должен быть чуток не только к уже случившимся изменениям и трансформациям в видеоиграх, но и к тем, которые еще не произошли.

Именно об этом в своем нашумевшем докладе «Бардак в видеоиграх» говорил Богост. Доклад был сделан на конференции, организованной *DiGRA* в 2009 г. [195]. Проанализировав историю осмысления видеоигр в рамках академических исследований, Богост обнаружил, что динамика этого осмысления может быть описана посредством пошаговой смены четырех базовых исследовательских оптик, каждая из которых исходила из вполне определенной онтологической модели. Так, первую онтологическую модель Богост назвал онтологией форм. Основная идея здесь заключалась в том, что в подлинном смысле существуют лишь наиболее общие структуры, в соответствии с которыми функционируют видеоигры, а вовсе не сами конкретные видеоигры, по-разному реа-

лизующие этот конечный набор структур. Именно в рамках этой онтологической модели, по его мнению, как раз и развернулась полемика между нарратологами и людологами (которых он также рассматривает, как два зеркальных проекта по отношению друг к другу). Такой формалистский подход как раз и стал причиной особого интереса к проблеме жанра. Ведь если все множество видеоигр можно было свести к конечному набору того, как функционирует нарратив, или же к конечному набору того, как функционируют правила, то жанр как раз и превращался в имя этих общих нарративных или процедурных (в плане реализации правил) систем («стратегия в реальном времени» отличается от «шутера от первого лица» лишь тем, что они основываются на различных базовых системах правил или же различным образом реализуют заложенный в них нарратив).

Несмотря на то, что эта первая модель сыграла ключевую роль в возникновении *game studies*, она несла в себе серьезный изъян. Ведь получалось, что множество важнейших сторон и аспектов видеоигр оказывалось совершенно неучтенным. И действительно, ради чистоты форм приходилось жертвовать слишком многим. Именно поэтому на смену первой онтологической модели пришла вторая онтологическая модель. Согласно этой новой модели, видеоигры существуют на различных уровнях, одни из которых более существенны, другие – менее. То есть речь шла уже не о том, чтобы изучать лишь то, что существует на самом деле (некоторую сущность игры, например уникальный тип правил), но о том, что и видимость (например, специфику работы этих правил в рамках конкретного содержания) также следует изучать. При этом понимание сущности (в качестве формы, скрытой за содержанием – визуальным, аудиальным, нарративным) все равно представлялось как более значимое и ценное.

Ситуация изменилась с переходом к третьей онтологической модели. Здесь исследователи сместили фокус с форм и структур на игрока, эти формы активизирующего. И действительно, игра является игрой лишь в той мере, в какой в нее кто-то играет. Несмотря на довольно значимый концептуальный сдвиг от игры,

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

существующей как бы автономно от игрока, к игроку, саму эту игру иницирующему, согласно Богосту, все эти модели являлись версией одной. Все они исходили из понимания, что есть как более, так и менее подлинные характеристики видеоигр (а раз так, то ясно, что заниматься надо тем, что более подлинно).

Отвергая эти три оптики, Богост предложил четвертую, базирующуюся на радикальной несводимости различных аспектов видеоигр друг к другу. Видеоигры, согласно его концепции, существуют на множестве уровней, ни один из которых не является фундаментом для другого. Видеоигры – это сложный, комплексный объект. И главное здесь то, что эта сложность является неотъемлемой чертой самого объекта. Так, Богост предложил рассматривать видеоигры как существующие одновременно на пяти различных уровнях: **рецепции, интерфейса, формы, кода и платформы**. Уровень рецепции отсылает к особенностям восприятия игроков и их поведения в ответ на вызовы игровой системы. Уровень интерфейса предполагает фокусировку на визуальной составляющей видеоигры. Уровень форм предлагает заглянуть за визуальность с целью обнаружения общих приемов и решений, имеющих место в игровой продукции. Уровень кода напоминает, что видеоигры – это цифровые продукты, а значит они созданы при помощи программирования и использования специального ПО, которые также нуждаются в изучении. Уровень же платформы предполагает внимание к материальной стороне видеоигр, связанной с аппаратной стороной игровых продуктов. Причем все эти уровни, будучи несводимыми друг к другу и требующими своего собственного терминологического словаря, могут быть рассмотрены как сами по себе, так и в социокультурном контексте. Ведь видеоигры – это не только правила, нарративы, искусство или код, это еще и игровая индустрия, это рынки, это скандалы и сенсации в прессе, это игровые сообщества, это то влияние, которое видеоигры оказывают на другие сферы культуры. Изучать видеоигры означает держать эту несводимую сложность в уме и, занимаясь тем или иным конкретным исследованием, помнить, что за рамками рассмотрения всегда останется что-то еще – не менее существенное для видеоигр и их понимания.

Исходя из современного положения дел в *game studies*, можно констатировать: Богост оказался прав. Причем нужно понимать, что такая метапозиция по отношению к изучаемому объекту вполне укладывается в тенденцию развития современной гуманитарной мысли и вовсе не является ни попыткой уйти от ответа, ни потаканием тотальной релятивизации. У видеоигр есть сущность, которая состоит в их принципиальной множественности и комплексности. Констатировать их не поддающуюся конечной систематизации разнородность не означает отказываться от позитивных утверждений. Тезис «видеоигры разнородны» удовлетворяет критерию фальсифицируемости, но принять его равносильно тому, чтобы отказаться от притязаний *game studies* на статус автономной научной дисциплины, не нуждающейся в инструментах и методах других наук. *Game studies* сегодня – это пример не столько дисциплины со своим методом и пониманием изучаемого объекта (дисциплинарным этапом в *game studies* был разве что проект людологии), сколько постдисциплины. Ведь все, что интересует исследователей видеоигр – это видеоигры. А значит, все, что помогает их понять, сгодится. Таким образом, границы *game studies* задаются вовсе не методами и пониманием объекта, а самим объектом: насколько он глобальный, настолько глобальными могут быть и его исследования. Поэтому *game studies* одинаково заинтересована в инструментах нарратологии, людологии, истории, социологии, психологии, философии, культурологии, экономики, юриспруденции и т.д. Единственное, что остается важным: желание исследователя разобраться, что такое видеоигры и как они существуют в современном мире, какими они были и какими становятся, на что они способны и как могут повлиять на мир. На место схоластических споров о сущности пришло множество разнородных и, главное, очень конкретных исследований, укорененных в методах и инструментах самых разных наук.

## § 4.2. Теория и практика в *game studies*

Исходя из уже сказанного, может показаться, что *game studies* – это только теория. Однако не лишним будет заметить, что Гонсало Фраска, Йеспер Юл, Йен Богост и некоторые другие известные исследователи видеоигр не только изучают, но и сами создают видеоигры. Более того, даже переход от *game studies* как дисциплины к постдисциплинарным исследованиям также может быть рассмотрен как одно из следствий влияния практики на теорию.

Так, с целью отделиться от других дисциплин и вместе с тем лучше понять собственные границы, людологи задались целью окончательно решить, что же такое видеоигра. Конечно, в первые несколько лет существования *game studies* таких определений дано было множество. И хотя они были различны, ряд характеристик оказался достаточно устойчивым, чтобы к нему возвращались вновь и вновь. Речь о вариативности событий (от различий в повествовании в зависимости от действий игрока до минимума вариативности – возможности выиграть или проиграть), наличии цели (по меньшей мере выигрывать, а не проигрывать) и логике роста (переход на новый уровень, «прокачка» и т.д.)

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич,**  
младший научный  
сотрудник,  
МГУ, г. Москва

[101]. В принципе, под эти характеристики действительно подпадает большинство игр, вышедших на тот момент.

Однако с середины 2000-х гг. начали выходить игры, самым фактом своего существования опровергавшие выводы людологии. И если сначала это были экспериментальные игры студий Богоста и Фраски, то в дальнейшем, начиная по крайней мере с игры *Façade* (2005), разработка нестандартных игр стала стремительно превращаться в тренд. Речь идет о набирающем обороты с момента запуска сервисов типа *Steam* движении инди-игр – своеобразного артхауса игровой индустрии, претендующего на статус искусства и принципиально не рассчитанного на широкую аудиторию (даже несмотря на то, что некоторые из таких «нишевых» игр вполне способны принести своим создателям миллионы долларов). И хотя определение «инди» является проблематичным, разработчикам таких игр все же удалось занять довольно весомую нишу. Конечно, это произошло не одномоментно, но уже к началу 2010-х гг. вокруг ряда культовых инди-студий, таких, например, как *Tale of Tales*, *The Chinese Room* или *Ice-Pick Lodge*, сложилась довольно масштабная армия поклонников. В начале 2010-х гг. таких игр и студий становилось все больше и некоторые из них объединились в интернет-сообщество *Notgames*, которое должно было служить гарантом качества игр, выпускаемых его участниками. И хотя в настоящий момент блог уже не функционирует должным образом, сама сформулированная в манифесте не-игр идея заслуживает внимания.

Не-игры – удачный концепт для обозначения игр, самым своим существованием опровергающих стереотипы о видеоигровой продукции. Ведь что, если отказаться от бинарности исходов и сделать игру, в которой невозможно ни выиграть, ни проиграть? Что, если лишить геймплей цели? Что, если очистить видеоигру от логики накопления, усиления и обогащения? Результатами таких экспериментов стали такие не-игры, как *Bientôt l'été* (2013), *Dear Esther* (2012), *Proteus* (2013). Причем не-играми они являются не потому, что в них нельзя играть, а потому, что не отвечают определениям теоретиков. Именно поэтому видеоигры – это объект, который не равен самому себе. Ведь даже если теоретик

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

действительно сумеет построить всеобъемлющую теорию видеоигр, всегда есть разработчик, который сможет поставить эту теорию под вопрос.

В этой связи следует упомянуть Дэна Пинчбека, креативного директора студии *The Chinese Room* и автора манифеста производственно-ориентированного изучения видеоигр [281]. Основная идея манифеста состоит в том, что, если с чем-то нужно разобраться, это что-то следует изобрести. Пинчбек сформулировал этот подход в процессе работы над докторской диссертацией, посвященной исследованию нарратива в шутерах от первого лица. Приступая к работе, он и его коллеги составили список из 34 игр, подпадающих под критерии жанра. Но чем шире становился список, тем более зыбкими оказывались сами критерии – каждый новый образец жанра в том или ином отношении подрывал исходное представление о нем. Это привело Пинчбека к мысли, что адекватное изучение видеоигр возможно лишь в ходе их разработки. То есть, чтобы понять, что такое шутер от первого лица, следует сделать шутер от первого лица, а чтобы понять ключевые особенности этого жанра, нужно попытаться сделать данную игру предельно нестандартной, нарушающей все расхожие представления о нем. Результатом станет либо раскрытие новых возможностей жанра, либо нечто, что не позволяет ему оставаться самим собой. Означает ли сказанное, что сугубо теоретический подход к видеоиграм отныне считается дискредитированным, а приоритет принадлежит разработчикам, за которыми теоретики только и могут следовать по пятам?

В статье 2001 г. Эспен Орсет выдвинул тезис, согласно которому видеоигры – всегда только пространство [4]. И действительно, течение времени в видеоиграх обычно служит лишь визуальным фоном, в зависимости от которого геймплей протекает при свете дня, на закате или во мраке ночи. На саму же игру это практически никак не влияет. Даже *RPG*, в которых ночь сменяет день в реальном времени, а статистика отражает общее число прожитых в игровом мире суток, ситуацию существенным образом не меняют. Когда в игре *The Elder Scrolls V: Skyrim* (2011)

крестьянин умоляет героя спасти свою родную деревню от напавших бандитов, совершенно неважно, когда именно игрок решит туда пойти. Получив очередное задание, он может, ни о чем не беспокоясь, потратить несколько сотен реальных часов на собирание трав и прокачивание умений. Задания будут сохранять актуальность до тех пор, пока игрок не решит приступить к их выполнению.

Таким образом, время видеоигр – это время игрока, которым он может распоряжаться и которое, как правило, принадлежит внешнему миру, а не миру игры. Редкими исключениями служат задания на время, а также игры, прохождение которых строго лимитировано. Например, на прохождение игр серии *Dead Rising* (2006) отводится ровно 72 часа. Но и это лишь внешнее, а не внутреннее ограничение: 72 часа геймплея в *Dead Rising* являются внешними по отношению к миру игры. События игрового мира все равно ждут игрока и без него, без его активирующего участия вообще не способны начаться. На это указал руководитель студии *Ice-Pick Lodge* Николай Дыбовский на одной из лекций в рамках конференции разработчиков игр [231]. И если для Орсета как исследователя это повод сделать вывод о природе и устройстве видеоигр, то Дыбовского больше интересует сама граница фактичности, которую можно попробовать перейти. Уже «Мор. Утопия» (2005) стала результатом внедрения в игровой мир времени как действующего параметра.

По признанию самого Дыбовского, в полной мере реализовать задуманное в «Море» не удалось, и в своей лекции он, по сути, предлагает сугубо спекулятивный проект игры, возможной в неопределенном будущем. Представим, говорит он, что игроку будет отведено всего три часа на игровую сессию, в ходе которой нельзя сохраняться, а само время будет полностью совпадать с тем, в котором мы существуем по эту сторону экрана. То есть речь будет идти о реальных трех часах не только для игрока, но и для управляемого им героя. Основная идея здесь заключается в том, что даже при полной пассивности субъекта мир игры будет продолжать жить собственной жизнью, в нем будут происходить события, просто потому что он больше игрока и не существует лишь

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

для того, чтобы тешить самолюбие последнего. За эти три часа, по окончании которых, допустим, мир ждет гибель, игрок может попытаться что-то выяснить, может оказаться свидетелем каких-то событий, а может провести время в полном неведении относительно происходящего вокруг. Время в такой игре течет независимо от воли игрока. Оно становится фактором, влияющим на все остальное: где окажутся те или иные персонажи и предметы, кто умрет, а кто выживет, какая информация может быть найдена, а какая безвозвратно утрачена.

Этот пример позволяет показать, что производственно-ориентированное изучение видеоигр не сводится только лишь к работе с кодом, но предполагает способность мыслить видеоиграми, придумывая экспериментальные концепты, позволяющие мыслить те или иные игровые формы на пределе их возможностей. В конце концов геймдизайн – это далеко не только практика. И более того, прежде чем игры начнут делать, их нужно придумать и продумать – во всех мелочах. Исследования видеоигр принципиально связаны с теорией геймдизайна и эту связь важно иметь в виду. Ведь подобно тому, как любая игра опирается на ту или иную теорию геймдизайна, так и любой критический разбор игры предполагает теорию геймдизайна, которая могла бы быть выведена в качестве следствия из результатов того или иного исследования. В этом смысле мы настаиваем, что *game studies* – это не чистая теория, даже если само исследование является принципиально теоретическим. Поэтому нет ничего удивительного, что уже в 2008 г. Международная ассоциация разработчиков видеоигр (*International Game Developers Assosiation, IGDA*) в своем проекте планов программ для обучения разработчиков видеоигр отдельный блок выделила под *game studies*.

### § 4.3. *Game studies* в России

Годом рождения российских *game studies* можно считать 2013 год, когда на философском факультете СПбГУ состоялась первая тематическая конференция «Компьютерные игры – театр активных действий». Конференция была организована новым подразделением Центра медиа-философии – Лабораторией компьютерных игр (позднее – Лабораторией исследований компьютерных игр, или ЛИКИ).

При этом, несмотря на то что конференция состоялась только в 2013 г., первые локальные (как правило, факультетские) мероприятия, организованные лабораторией, начали проходить с 2012 г. Как, кстати говоря, и в Москве, где первое публичное мероприятие, организованное студентами философского факультета МГУ и названное «Философия видеоигр», состоялось в феврале 2012 г. Таким образом, в 2012 г. и в Москве, и в Санкт-Петербурге уже начали складываться первые группы исследователей видеоигр (примечательно, что и там и там это происходило на философских факультетах).

Другим важным событием (кроме формирования первых исследовательских коллективов в двух российских городах) стало появление в сентябре 2012 г. первого интернет-

*Ветушинский  
Александр  
Сергеевич,  
младший научный  
сотрудник,  
МГУ, г. Москва*

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

ресурса, посвященного изучению видеоигр – *gamestudies.ru*. Главным редактором сайта стал Андрей Муждаба (Санкт-Петербург), редакторами – Александр Ветушинский (Москва), Богдан Середа (Днепропетровск) и Андрей Шевляков (Москва).

Сайт стал важной площадкой для обмена мнениями и получения информации по современным исследованиям видеоигр. На сайте публиковались интервью, переводы англоязычных статей и расшифровки ключевых российских докладов, например докладов Н. Дыбовского с конференций разработчиков видеоигр. Однако местом встречи для российских исследователей видеоигр сайт не стал. Именно поэтому мы считаем, что рождение *game studies* в России произошло в 2013 г., поскольку именно в этом году состоялось мероприятие, на котором встретились молодые исследователи видеоигр (многие из которых тогда были еще студентами) из разных городов, тем самым узнав о существовании друг друга. После конференции московские исследователи (Александр Ветушинский, Алексей Салин и Егор Соколов) объединились в Московский центр исследований видеоигр (*Moscow Game Center*). Это было очевидное решение, так как теперь стало ясно, что заниматься исследованиями видеоигр можно по-разному. И действительно, если ЛИКИ была ориентирована на университет, то *MGC* с самого начала ориентировался на публичное пространство, если ЛИКИ отдавала предпочтение философии, то *MGC* тяготел, скорее, к культурологическим исследованиям, если ЛИКИ настаивала на необходимости развивать собственный медиафилософский инструментарий, применяя его к новому объекту – видеоигре, то исследователи *MGC* ринулись штудировать зарубежные *game studies*.

В дальнейшем и Московский центр исследований видеоигр, и Санкт-Петербургская лаборатория (ЛИКИ) продолжили проводить различного рода мероприятия: конференции, секции на конференциях, круглые столы и публичные лекции. Но важным обстоятельством стало то, что к 2014 г. вся эта работа оказалась замечена со стороны СМИ и общественности. В январе 2014 г. на сайте *Lenta.ru* вышло интервью с Александром Ветушинским об основных концепциях *game studies*. Благодаря этому материалу на деятельность

ЛИКИ и *MGC* обратили внимание и другие издания, а также радиостанции и телеканалы, включая «Маяк» и «Культуру».

В 2014 г. ЛИКИ выпустила сборник с материалами конференции 2013 г. [271]. В 2015 г. сотрудники *MGC* прочитали первый полноценный образовательный курс по изучению видеоигр. Это был межфакультетский курс, который назвался «Философия видеоигр» и на который записалось более 300 студентов различных факультетов МГУ. Летом этого же года вышел и подготовленный сотрудниками *MGC* тематический выпуск журнала «Логос», посвященный исследованиям видеоигр.

С каждым годом результаты работы *MGC* и ЛИКИ становились все заметнее, и поле *game studies* стало привлекать все больше новых людей. В 2016 г. в состав *MGC* вошли аспиранты РГГУ Леонид Мойжес и Максим Подвальный, организовавшие в марте 2016 года конференцию «Бог как геймер: религия и мифология в видеоиграх». В Санкт-Петербурге вышел новый сборник, целиком посвященный изучению видеоигр [272]. В 2017 г. в МГУ был прочитан еще один межфакультетский курс, вновь привлечший аудиторию численностью более 250 студентов, а именно курс «Стабильное и текучее: философское значение вселенной *Metal Gear*». В этом же году сотрудники *MGC* впервые стали выезжать на зарубежные конференции по *game studies*. Это привело к тому, что конференция «Видеоигры: исследования, критика, дизайн», прошедшая в мае 2017 г. в Москве, не только привлекла зарубежных гостей, но и сама стала двуязычной. В итоге, учитывая важность коммуникации с зарубежными коллегами и интеграцию российских исследователей видеоигр в мировой исследовательский контекст, конференция *Death and Macabre Aesthetics in Games*, прошедшая в Москве в мае 2018 г., уже была полностью англоязычной.

В настоящее время и *MGC*, и ЛИКИ выступают не только в России, но и за рубежом, не только в университетах, но и на публичных площадках, не только на энтузиазме, но и с грантовой поддержкой. Кроме того, важно отметить, что исследования видеоигр становятся все более разнообразными в регионах. Собственные исследовательские подходы разрабатываются в Екате-

#### 4. История *game studies* как академической дисциплины

ринбурге и Томске. Тематические курсы читаются в Новосибирске и Тюмени. Кроме того, к изучению видеоигр подключаются специалисты из все новых областей. Так, в числе сотрудников МГС в настоящий момент присутствуют философы (Александр Ветушинский и Алексей Салин), социолог (Егор Соколов), религиовед (Леонид Мойжес), культуролог (Максим Подвальный), психолог (Ольга Морозова) и филолог (Арсений Дериглазов).

Но что в целом можно сказать о российских *game studies*? Ключевым отличием является укорененность исследований видеоигр в России в философии. Если взять Северную Европу, то там основным истоком для *game studies* послужила традиция изучения литературы. Если обратиться к США, то там особую роль сыграла традиция исследований медиа. В России же эту роль сыграла философия. Именно на философских факультетах впервые возник интерес к новой области. Это обстоятельство представляется принципиально важным и в настоящий момент, когда российские *game studies* начинают входить в международный исследовательский контекст, и важно не потерять данную специфику (в этом особая роль исследований ЛИКИ).

Второй особенностью представляется гораздо бóльшая публичность российских исследований. За несколько лет существования *game studies* в России исследователи видеоигр побывали с лекциями в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Казани, Челябинске, Екатеринбурге, Тюмени, Томске, Перми, Нижнем Новгороде и Калининграде, выступили на телеканалах «Культура» и «НТВ», радиостанциях «Маяк» и «Эхо свободы», дали интервью «Ленте» и «Ножу». Эта особенность также кажется принципиальной, так как исследователи видеоигр в России постепенно становятся полноправными игроками в публичном поле, обсуждающими видеоигры наравне с представителями индустрии и игровыми журналистами (близкая ситуация имеет место разве что в США).

Наконец, третьей особенностью является сугубо классическое разделение на дисциплины в университетах, несущее в себе доставшееся от советской системы образования разделение на «физиков» и «лириков». В итоге, хотя основой для *game studies* в России стали философские факультеты, сами эти факультеты едва ли

способны стать местом, где откроются специализированные научные и образовательные программы по изучению видеоигр (в том числе потому, что если такое произойдет, то это будут программы по чистой теории без каких бы то ни было практических навыков). Именно поэтому наиболее подходящим местом для обучения геймдизайну стали образовательные программы по дизайну. И это совсем не плохо, потому что в дизайн вполне можно встроить набор базовых теоретических курсов, дополнив и сделав тем самым более фундаментальным креативное дизайнерское образование. Данная ситуация также является уникальной для России, и вполне можно допустить, что теоретические программы и курсы по *game studies* начнут открываться именно на факультетах дизайна (как это уже происходит в НИУ ВШЭ и *B&D*).

## 5. НА ПУТИ К ФИЛОСОФИИ ВИДЕОИГР



### § 5.1. Три онтологии видеоигр

Видеоигры изучают в рамках *game studies*. Но это не означает, что бессмысленными становятся другие исследования видеоигр – исследования, укорененные в привычных академических дисциплинах – психологии, религиоведении, социологии и пр.

Учитывая же особенность российских *game studies*, принципиальным представляется развитие проекта философского осмысления видеоигр. Ведь для *game studies* философия, как и любая другая дисциплина, – это своего рода набор инструментов, которые могут оказаться полезными в изучении видеоигр. Но видеоигры могут оказаться полезными и для развития самой философии. Ведь не только философия может помочь изучать видеоигры, но и видеоигры могут стать дополнительным инструментом философствования.

Конечно, в этой главе мы не сможем охватить весь комплекс философской проблематики. Настоящая глава –

**Ветушинский  
Александр  
Сергеевич,**  
младший научный  
сотрудник,  
МГУ, г. Москва

лишь пропедевтика к возможной в будущем полноценной философии видеоигр. Поэтому сюжет, на котором мы сфокусируемся, будет онтологическим. Причем сразу в двух аспектах: нас будет интересовать как онтология видеоигр, так и онтология реальности, понятой через видеоигры.

В предыдущей главе, обсуждая постдисциплинарность *game studies*, мы уже касались вопроса онтологии видеоигр. Но дело в том, что тогда речь шла об онтологии, фиксирующей наиболее общее понимание исследовательского объекта в *game studies*.

Ведь нет и не может быть никакой *единой* онтологии видеоигр. Видеоигры не только бывают разными, но и понимаются по-разному, а значит различными могут быть и их онтологии. Поэтому в настоящей главе мы опишем и проанализируем три наиболее значимые онтологии видеоигр, которые, по нашему мнению, только и могут позволить в наиболее полном виде философски охватить видеоигры. Это онтологии видеоигр: во-первых, как артефакта культуры, во-вторых, как множества виртуальных миров и, в-третьих, как особой технологической среды.

Онтология видеоигр, принятая сегодня в *game studies*, является примером первой онтологии (видеоигры как явление культуры). При этом стоит оговориться, что и она принципиально связана с философией и именно в философии укоренена. Ведь сама динамика осмысления видеоигр в академических исследованиях, как показывает Богост, полностью повторяет динамику осмысления бытия в истории философии. Первая онтологическая модель (онтология форм) отсылает к метафизическим системам типа парменидовской и платоновской (все, что нас окружает, неподлинно, подлинным же является лишь само бытие – единое, неделимое, вечное, нерушимое). Вторая (онтология уровней бытия) – к метафизическим системам в духе неоплатонизма (хотя в подлинном смысле есть только Единое, Ум и Душа также существуют, пускай и лишь в качестве эманаций Единого). Третья (игроко-центричная онтология) – к критической философии Канта (мы можем знать реальность лишь в той мере, в какой она нам дана, но ничего не знаем и не можем знать о том, какой она является на самом деле). Четвертая же (онтология нередуцируемой множественности) – к плоской онтологии

Хармана [318], Брайанта [43], Мортонa [124] и самого Богоста [34]. Основной особенностью этой последней онтологии является отказ от всякой вертикали, т.е. от всего того, что вводит принцип ранжирования и иерархии в качестве принципа, в соответствии с которым устроено само бытие. Таким образом, онтология видеоигр как явления культуры в наиболее адекватном виде описывается именно плоской онтологией, как она представлена в трудах ее основных представителей.

Однако это не единственная значимая онтология видеоигр. Вторая принципиальная онтология концентрируется на множестве виртуальных миров. И действительно, когда мы говорим о видеоиграх, мы, как правило, имеем в виду именно те видеоигры, в которые можно взять и поиграть на той или иной игровой платформе. Более того, когда мы играем, все внешнее по отношению к видеоигре перестает играть ту роль, которую играло прежде. В момент игры значимо лишь то, что происходит по ту сторону экрана. Даже себя игрок должен взять как бы в скобки. На первом месте отныне лишь сам игровой мир.

Наиболее существенным в этом взгляде является то, что каждая видеоигра – это уже готовая, законченная и функционирующая в реальном времени онтология. И действительно, каждая видеоигра дает нам возможность отправиться в какой-то конкретный, особенным образом устроенный мир, который существует согласно имманентно присущим ему законам и подчиняется логике самой игры. И хотя мы знаем, что эти миры вымышлены, что это виртуальные миры, тем не менее в своей виртуальности они значительно реальнее, нежели виртуальные миры кинематографа, литературы или, например, комиксов. Ведь только в видеоиграх мы можем делать то, чего делать не нужно, заниматься тем, что никак не влияет на завершение игры. Только в видеоиграх мы можем отправиться на поиски границы Вселенной (и даже ее найти), изучать взаимодействия объектов (которые, возможно, и не должны были взаимодействовать по изначальному замыслу), разбираться и порой даже удивляться игровой физике (а иногда и фактически фиксировать нарушение ее законов, очередной раз застревая посреди текстур). Поэтому повторяем, каждая видеоиг-

ра – это готовый законченный мир и в этом смысле готовая онтология, которую исследователь может описать, шаг за шагом изучая и проясняя ее. Важным оказывается лишь одно: рассматривать мир видеоигры, исходя из него самого. То есть не использовать наш мир как объяснительную схему для мира видеоигры, но описывать мир видеоигры как самоценный и автономный по отношению к нашему.

Для примера возьмем тот же «Тетрис». С чем мы сталкиваемся? Мы получаем совершенно странный непонятный мир, в определенной точке которого имеется своего рода портал, из которого в мир игры попадают разного рода объекты. Исследуя этот мир, мы узнаем, что типов этих объектов всего семь. При этом каждый из них может принимать одно из четырех положений. А учитывая, что в этом мире имеется гравитация, все объекты, попадая в мир из таинственного портала, мгновенно начинают падать вниз. Они падают и начинают загромождать все игровое пространство. Однако если их падение в итоге создает прямую горизонтальную линию, то эти объекты аннигилируют и исчезают из этого мира (возможно, таким образом открывается обратный портал, перекидывающий объекты из этого мира в другой мир, из которого они сюда изначально прибыли). Поддерживать существование этого мира означает не допускать его окончательного захламления, но удерживать наличие пустого пространства в нем. И хотя «Тетрис» – это просто классическая игра-головоломка, даже он может стать объектом онтологического анализа. Что уж говорить о более сложных видеоиграх в самом своем устройстве и представленных в них нарративах, предполагающих гораздо более сложное и принципиально отличное от нашего мира онтологическое устройство.

И действительно, мы, будучи внешними наблюдателями по отношению к миру видеоигры, можем знать о нем много такого, о чем персонажи, его населяющие, никогда не смогли бы узнать. В случае видеоигр мы, к примеру, прекрасно можем разобраться не только с тем, как мир видеоигры существует феноменально, но и как он существует на самом деле. Так, мы можем узнать, как в нем функционирует пространство (в зависимости от того или иного игрового движка), каков на самом деле мир (его границы и особенности существо-

вания), каково его предельное числовое устройство (напомним, что игра существует и на уровне цифрового кода, который, как мы считаем, относится к миру видеоигры аналогично тому, как математические формализмы, описывающие устройство Вселенной, относятся к нашему феноменальному миру) и чем на самом деле являются существа, его населяющие. Например, в *Fallout 3* (2008) персонаж задается через 8 основных характеристик (сила, восприятие, выносливость, харизма, интеллект и т.д.), 12 производных характеристик (здоровье, очки действия, максимальный груз, сопротивляемость радиации, реакция и т.д.), 13 навыков (бартер, ремонт, наука, скрытность, красноречие и т.д.) и 67 способностей (эксперт-сапер, стойкость, точность и т.д.). И вот в чем дело: в случае видеоигры каждая такая характеристика перестает быть абстракцией, но напрямую влияет на те или иные игровые показатели. Так, уровень интеллекта напрямую связан с навыками науки, ремонта и медицины. И хотя в реальном мире мы бы также могли воспользоваться аналогичным способом описания, в нем бы мы никогда не смогли с уверенностью заявить, что это не просто объяснительная схема, но сам мир именно таков. А вот в случае видеоигр мы можем это сделать.

Примечательным является здесь то, что обе рассмотренные онтологии (видеоигр как явления культуры и как множества миров) являются плоскими. Ведь видеоигры не только являются принципиально множественным объектом, существующим на различных уровнях рассмотрения, где ни один не может быть признан более фундаментальным по отношению к другому, но и предстают в качестве целого множества миров, относительно которых невозможно выстроить какую бы то ни было единую унифицированную теорию, так как каждая игра – это уже готовая онтология, которую следует выстраивать, исходя из самой видеоигры.

И все-таки этих двух онтологий недостаточно. Нужна еще одна, которая как раз и свяжет первую и вторую друг с другом. Ведь напомним, нас интересуют не просто различные онтологии видеоигр (их может быть сколь угодно много – в зависимости от исследовательских задач), но ровно столько онтологий, сколько нужно для того, чтобы говорить о видеоиграх в целом. Этой третьей онтологией, как мы уже сказали в самом начале, является онтология видео-

игр как технологической среды. И действительно, с одной стороны, видеоигры существуют в культуре, с другой – каждая игра (существующая в культуре) предлагает игроку окунуться в новый мир. Между одним и другим как раз и обнаруживается та самая технология, которая, будучи частью культуры, этот новый мир делает возможным.

Если посмотреть, какого рода сущие полагаются в качестве существующих в самом процессе видеоигры, то можно сразу отметить, что речь идет о трех основных сущих – игроке, мире игры и игровой платформе. При этом игрок не принадлежит миру игры, но лишь связан с ним посредством игровых устройств. То есть он принципиально трансцендентен по отношению к игровому миру и взаимодействует с ним лишь извне. То же и с платформой. Ведь для игрового мира она является лишь условием, но никоим образом не самим миром. В этом смысле игрок оказывается концептуально аналогичен трансцендентному богу, а платформа – материи. И если без материи (платформы) мир не был бы реален (но был бы лишь воображаемым), то без участия бога (игрока) мир так бы и остался свернутым в единую точку. Ведь мир без игрока – это просто информация. Лишь с игроком она обретает некоторый смысл. При этом нужно понимать, что бог, о котором идет речь, – это принципиально этическая фигура. То есть это не тот бог, который может создать мир, в котором нет проблем, но тот бог, который приходит в мир, чтобы проблемы разрешились. И как только проблемы оказываются разрешены, бог может вернуться к себе и к своим собственным проблемам, что будет означать окончание его пребывания в игровом мире.

Здесь возникает проблема: если игрок – это бог, то как быть с представлениями о боге как демиурге? Этот вопрос заставляет нас обратиться уже не к игроку, но к разработчику. И вот что интересно: в случае разработчика мы имеем немного другую онтологическую схему, полностью идентичную онтологии из «Тимея» Платона [283]. Ведь разработчик – это и есть демиург. Именно он создает мир, а материя (платформа) – это то, на основе и при помощи чего он создается. Однако если обратиться к «Тимею», то можно заметить, что мир не рождается демиургом

из самого себя (и тем более не рождается «из ничего»), напротив, сам мир творится демиургом в соответствии с идеей Блага, на которую он взирает. В нашем контексте это означает, что демиург не всегда является демиургом, но становится им ровно в тот момент, когда его захватывает эта Идея, как и разработчик становится разработчиком только тогда, когда у него появляется задача реализовать какой-то игровой концепт (и действительно, команду разработчиков иногда специально собирают под тот или иной проект). В этом смысле получается, что разработчик при помощи платформы стремится создать мир игры так, чтобы он соответствовал изначальному замыслу. Именно в этом и заключается его задача, и именно поэтому, сделав свое дело, он, как об этом писал Платон, вынужден уйти на покой, предоставив все остальное младшим богам. И хотя платоновские младшие боги (небесные светила) никоим образом не напоминают игрока, в нашем случае вполне можно использовать это выражение метафорически. Ведь разработчик самоустраняется именно для того, чтобы дать место новому богу.

Таким образом, изначальны даны концепт и платформа. Концепт как то, что должно в итоге получиться, и платформа как то, что не даст конечному результату быть ровно таким, каким его задумывали, исходя из концепта. В любом случае именно тот, кто берется реализовать этот концепт, кто обещает быть ему верным, и оказывается демиургом (разработчиком) – посредником между концептом и платформой. Затем, когда все сделано, демиург уходит на покой. В этом смысле мир также оказывается свернутым, причем так, что виртуально в нем соприкасаются абсолютно все возможности, все проигрыши и поражения, все сценарии и все траектории игрока. И если не придет игрок (бог), то все это так и будет свернуто. Однако не игрок ждет мира (в этом смысле предшествуя ему), но мир создает под себя игрока (по своему образу и подобию). И действительно, невозможно быть одним и тем же игроком (а значит, одним и тем же богом) в разных мирах.

Все это позволяет сказать, что видеоигры несут в себе гностический элемент. Ведь получается, что речь идет не об одном,

но о двух богах, один из которых – игрок – должен забыть о существовании другого – разработчика. Игрок, подобно Ялдабаоту гностиков [183], забывает, что есть кто-то, кто и его породил, и начинает мнить себя верховным богом. При этом в случае видеоигр это забвение имеет принципиальный характер. С целью получения прибавочного удовольствия игрок не может не действовать так, как если бы он начинал с нуля, т.е. так, как если бы мир начинался вместе с ним, вместе с его нажатием кнопки «Начать игру». В этом смысле «Тимей» – один из важнейших текстов для понимания особенностей геймдизайнерского мышления.

Именно эти три онтологии позволяют нам говорить о видеоиграх в целом, удерживая их связь с культурой (видеоигры существуют в культуре, частью которой являются), виртуальными мирами (каждая игра предлагает особый мир, устроенный исходя из собственных законов и принципов) и самой технологией, открывающей в культуре возможность доступа в эти новые миры. Причем первые две онтологии являются плоскими (видеоигры – это множественное явление культуры, в рамках которой сама эта множественность не может быть редуцирована к чему-то одному; и вместе с тем это нередуцируемая друг к другу множественность виртуальных миров, каждый из которых может быть исследован независимо друг от друга), третья же воплощает онтологию Платона, представленную в диалоге «Тимей» (правда, добавляя к ней ряд гностических элементов). Эта онтология является срединной, так как, с одной стороны, отсылает к различным аспектам видеоигр, понимаемых как явление культуры (геймеры, разработчики, концепты игр, игровые платформы, игровые движки), с другой – связывает их с виртуальными мирами видеоигр, существующими только благодаря тому, что их кто-то создал и затем кто-то в них играет. И хотя видеоигры могут быть рассмотрены исходя из других точек зрения, здесь мы имеем троичную онтологию, достаточную для того, чтобы мы могли говорить о всех видеоиграх в целом.

## § 5.2. Мы живем в видеоигре

Когда Платон предлагал свой взгляд на устройство мира, он едва ли предполагал, что его онтология окажется рабочей в случае видеоигр. Но что будет, если предположить, что эта видеоигровая онтология описывает и устройство нашего мира? Ведь что, если есть глубинная связь между устройством нашего мира и устройством игр, в которые мы играем? И действительно, видеоигры могут быть не только объектом для изучения (наряду с кинематографом, литературой или комиксами), но и языком, с помощью которого может быть описано все остальное. Например, Галилей как-то сказал, что Книга природы написана на языке математики. Сегодня, в эпоху уже не печатной, но цифровой культуры, его слова приобретают новое звучание: мир написан на языке цифрового кода. Бог – уже не математик, но программист. А мы – персонажи видеоигры, которую он разработал.

В этом смысле онтологии, представленные в предыдущем параграфе, могут быть применены и для описания нашей реальности. То есть мы можем допустить, что наша реальность – лишь одна из множества возможных, ничем не лучше и не хуже, нежели остальные (наша реальность просто другая, это отдельный авто-

*Ветушинский  
Александр  
Сергеевич,  
младший научный  
сотрудник,  
МГУ, г. Москва*

номный мир, устроенный исходя из собственных принципов и правил).

И хотя мы не знаем, кто нас запустил и какой является та культура, изнутри которой мы возникли, мы можем допустить, что устройство нашего мира схоже с устройством программ, которые мы здесь запускаем. Идея о том, что наш мир является компьютерной игрой, стала популярной и широко обсуждаемой благодаря фильму братьев (а ныне сестер) Вачовски «Матрица» (1999). Идеи, предложенные в фильме, были внимательно изучены философами [288], в числе которых С. Жижек [236], Б. Гройс [219] и Д. Чалмерс [50]. И хотя поначалу это, возможно, звучало скорее как провокация, со временем идею, что мы живем в видеоигре, стали обсуждать куда более серьезно – причем делать это стали и университетские ученые. Так, Ник Бостром, профессор Оксфордского университета, директор Института будущего человечества и основатель Всемирной ассоциации трансгуманистов, в своей статье «Живете ли вы в компьютерной симуляции?» вообще предложил полноценный аргумент, который в этом и пытается нас убедить [36].

Для того, чтобы понять аргумент Бострома, необходимо учесть три положения, на которые он опирается:

1) человечество движется к технологической сингулярности (а значит, наступит момент, когда наука совершит такой технологический прорыв, что все наши представления о том, как мы можем и должны жить, радикальным образом изменятся);

2) сознание не зависит от биохимического состава его носителя (а значит, возможно создать полноценный сверхмощный искусственный интеллект на базе компьютерных технологий);

3) человечество эпохи после технологической сингулярности будет запускать компьютерные симуляции, которые будут населены существами, обладающими сознанием (сценарий, аналогичный «Матрице»).

Аргумент же заключается в следующем: по крайней мере одно из трех следующих утверждений является истинным:

1) человечество в принципе не достигнет состояния технологической сингулярности (например, случится чудовищная катастрофа, и все человечество погибнет);

2) ни одно человеческое общество не станет использовать компьютерные симуляции по тем или иным этическим, правовым или каким-то другим соображениям (например, искусственный интеллект окажется настолько подобным человеческому, что люди не смогут относиться к нему как к «всего-навсего машине»);

3) мы уже живем в компьютерной симуляции.

Эти три утверждения построены таким образом, что истинность одного из них автоматически означает ложность двух других. Поэтому если мы не хотим жить в компьютерной симуляции, то мы вынуждены настаивать на том, что, либо технологическая сингулярность никогда не случится, либо человечество никогда не запустит компьютерные симуляции.

Первое маловероятно, так как полное уничтожение всех людей на планете Земля едва ли возможно (а если будут уничтожены не все, то событие технологической сингулярности не перестанет быть возможным, но просто отодвинется в необозримое будущее).

Второе также маловероятно, ведь даже если компьютерные симуляции запретят, то это все равно не означает, что их не станут запускать в секретных правительственных лабораториях, на нейтральной территории или в лабораториях тоталитарных государств. Но если технологическая сингулярность случится в будущем (а такая возможность есть), то можно предположить, что она уже случилась, а если она уже случилась, то компьютерные симуляции уже работают всюду. А если компьютерные симуляции уже работают всюду, то вполне возможно, что мы уже живем в одной из них.

Стоит заметить, что Бостром не утверждает, что мы действительно живем в видеоигре. Он лишь говорит, что такая возможность имеет место. И главное здесь то, что эта возможность оказывается куда более вероятной, нежели многое, что философы предлагали на протяжении последних двух тысячелетий. Ведь дело в том, что сама эта гипотеза (гипотеза о том, что наша реальность является компьютерной) вообще никак не затрагивает наш повседневный опыт и, более того, вполне согласуется с ним. Поэтому если бы мы действительно жили в видеоигре, для нас не изменилось ровным счетом ничего. Как мы жили раньше, так мы

бы и продолжили жить. А если что-то и изменилось бы, то явно не сама реальность, но только наше представление о том, чем она является на самом деле. Ведь подобное представление – это метафизическая, а вовсе не скептическая (к чему, к примеру, приводил мысленный эксперимент Хилари Патнэма про мозги в бочке [278]) картина мира, согласно которой на некотором фундаментальном уровне наша реальность состоит из нулей и единиц. А значит, самое общее знание о реальности в таком случае заключается в том, что на уровне «в себе» она является цифровой.

Но если допустить, что наш мир является видеоигрой, то придется допустить также и то, что каждая единица сущего, каждый объект является репрезентацией цифрового кода. И вот что здесь удивительно: теория цифрового объекта, которую можно вывести из исследований Льва Мановича (одного из самых известных современных теоретиков цифровой культуры) [269], при ближайшем рассмотрении оказывается совершенно идентичной теории объекта в рамках объекто-ориентированной (плоской) философии. И действительно, главными двумя принципами цифровых медиа, по Мановичу, являются: во-первых, цифровая репрезентация и, во-вторых, модульность.

Цифровая репрезентация заключается в том, что каждый объект существует как бы на двух уровнях – «в себе» и «для нас». И если «для нас» нечто и дано как изображение, музыкальное произведение, видеоигра, фильм или книга, то на уровне «в себе» все это – цифровой код. Модульность же заключается в том, что на каждом уровне объект является автономным по отношению к другим объектам. В самом деле, одноцветный пиксель, изображение и страница в Инстаграме – это три автономных объекта, а не три части чего-то одного (даже в том случае, если одноцветный пиксель – это пиксель того самого изображения, которое размещено на чьей-то странице в Инстаграме). Именно поэтому возможно заменить ровно один пиксель (или даже заменить все пиксели определенного цвета на изображении, как это происходит в случае использования фильтров), не вторгаясь в целостность изображения и не разрушая его. То же самое и с веб-сайтом. Он может состоять из изображений, текста, интерактивных объектов,

на нем могут быть установлены аудио- и видеоплееры. Однако для того, чтобы поработать с каким-нибудь из этих объектов, не нужно вторгаться в целостность такого объекта, как веб-сайт. Сам сайт и его составляющие существуют рядом друг с другом, а не вкладываются один в другой.

Таким образом, теория цифрового объекта оказывается идентичной основным постулатам плоской онтологии. В этом случае получается, что если реальность и является цифровой, то плоская онтология (крайне распространенная сегодня) адекватно описывает и ее устройство. И действительно, как в случае основ объектно-ориентированной онтологии, так и в случае базовых принципов цифровых медиа имеет место следующее: каждый объект, во-первых, автономен по отношению к другим объектам (модульность), во-вторых, остается тем, что он есть, вне зависимости от отношений, в которые он входит (цифровая репрезентация), в-третьих, сталкиваясь с другими объектами, сталкивается не с объектами, как они есть в себе, но лишь с тем, как эти объекты ему даны (в случае цифровых объектов этот эффект удерживается в термине «интерфейс»). То есть для цифровых объектов (как и для всех остальных объектов в случае, если реальность является цифровой) нет никакого супер-объекта, который все объемлет (наподобие Единого неоплатоников или Объемлющего Ясперса), нет никакого супер-объекта, который лежит в основании всего (как это имеет место в атомизме и различных версиях физикализма), нет никакого центра, относительно которого все должно измеряться (по типу корреляционизма И. Канта, в рамках которого именно человеческий субъект становится центром, вокруг которого вращается все остальное). Есть лишь объекты, свободные и прихотливые, где каждый, во-первых, автономен по отношению к другим объектам, во-вторых, является целым, состоящим из частей (других автономных объектов), и одновременно частью какого-то целого (еще одного автономного объекта, онтологически не занимающего более высокое положение, но онтологически равного своим объектам-частям).

В этом смысле от того, что наш мир является цифровым, действительность сохраняют все те теоретические конструкции и языки,

которые и так используются сегодня для описания и постижения нашего мира. Просто у нас появляется дополнительный инструмент, связанный с выходом за пределы феноменального порядка к тому, как мир существует на самом деле. И хотя мы не можем знать наверняка, является наш мир видеоигрой или нет, помыслить его таким образом может оказаться полезным. И действительно, тот же компьютер с самого начала был воспринят как расширение человека. Уже первый продемонстрированный широкой общественности компьютер *ENIAC* был назван журналистами гигантским мозгом. Ученые также увидели в этом принципиальный ресурс. Ведь если удастся воспроизвести человеческий интеллект в искусственных условиях (на компьютере), то тайна человеческого сознания наконец-то будет разгадана. Поэтому неудивительно, что в когнитивных науках человеческий мозг и сознание с самого начала стали трактоваться по аналогии с устройством компьютера [203]. И тем не менее у компьютера были свои слабые места. Главное из них – его материальная воплощенность. Даже имея по-настоящему умный компьютер, сохранить его в случае чрезвычайной ситуации (например, войны) было бы крайне нелегко. Достаточно всего одной точечной ракетной бомбардировки, и все преимущества, которые давал бы в бою компьютер, сразу бы сошли на нет. Стало ясно, что по-настоящему значимый компьютер не может быть локализован в каком-то конкретном месте, но должен быть разнесен по всей территории страны. Так родилась идея компьютерной сети, сегодня известной как сеть Интернет. И важно здесь то, что во второй половине XX в. децентрализация и антииерархичность, столь принципиальные для сети Интернет, стали общим местом в рамках теорий устройства субъективности и общества, не говоря уже о том, что в последней трети XX в. именно сетевые онтологии начинают доминировать в философии и социальных науках.

Следующей вехой в развитии цифровых технологий стали видеоигры. Уже с 1970-х гг. видеоигры стали принципиальной частью массовой культуры, постепенно проникая во все новые сферы и области – подготовку военных, космонавтов и врачей, улучшение ситуации с образованием, решение проблемы мотивации,

непосредственно затрагивающей интересы бизнеса, и даже производство нового научного знания. Видеоигры стали настолько привычным явлением, что сам мир все больше начал походить на игру.

Во всех этих примерах имеет место сходная последовательность шагов: сначала человек создает какую-то новую технологию, но затем уже сама эта технология начинает создавать нового человека, переопределяя не только его место в мире, но и в целом мир, в котором этот человек живет. И хотя та же цифровая эпоха возникла благодаря людям, сегодня уже люди должны соответствовать ей и тем требованиям, которая она по отношению к ним предъявляет. В этом смысле неудивительно, что мир перестал восприниматься как книга, часовой механизм или паровая машина (как это было раньше), но все больше стал напоминать видеоигру.

### § 5.3. Видеоигры как инструмент философской рефлексии

Конечно, мы не можем утверждать наверняка, что мир является видеоигрой. Однако мы можем мыслить мир по аналогии с привычными устройствами, которые повсюду нас окружают. Но что означают эти слова: «по аналогии»? Можем ли мы в таком случае претендовать на то, что понимаем хотя бы что-то, если все, что мы понимаем, понимается лишь по аналогии (учитывая, что сами эти аналогии – компьютер, интернет, видеоигры – едва ли понимаются нами до конца)? В данном параграфе мы как раз и попробуем ответить на этот вопрос, учитывая, что он имеет

*Ветушинский  
Александр  
Сергеевич,  
младший научный  
сотрудник,  
МГУ, г. Москва*

принципиальное значение для дальнейшей разработки философии видеоигр.

В любом случае, когда мы говорим, что понимаем мир по аналогии с какой-то технологией, которой пользуемся, на горизонте сразу возникает перспектива медиадетерминизма. И действительно, если бы М. Маклюэн был жив, он наверняка бы сказал, что совпадение цифровой культуры и современных философских теорий следует объяснять технологиями, которые сегодня определяют человеческую мысль. Ведь мы живем в цифровую эпоху, а значит наша мысль с необходимостью должна соответствовать ей. То есть та же плоская онтология – это просто эпифеномен того исторического и общекультурного положения, что современная культура является цифровой. И действительно, едва ли сегодня кто-то будет спорить, что субъект дописьменной культуры, субъект письма, субъект в эпоху печатного прессы и субъект в эпоху цифровых технологий – это различные субъекты. Поэтому медиатеоретики убеждены: субъект и его мыслительные ходы, а также объект и формы его презентации одинаково вторичны по отношению к той технологии, которая лежит в основе субъекта и объекта в ту или иную эпоху.

Так, с точки зрения теоретиков медиа, даже переход от мифа к логосу – это просто переход от устной культуры к письменной, от культуры слуха к культуре зрения.

И действительно, для мифа принципиально слышать. Тот, кто наделен правом голоса (вождь, жрец, старейшина), говорит, остальные – слушают. При этом тот, кто имеет право говорить, говорит как бы не от себя. Он говорит, что всегда уже было сказано, что сын слышал от отца, отец от своего отца и так вплоть до самих отцов-основателей, непосредственно связанных с богами. Именно поэтому у мифа нет автора. Совсем иначе в рамках логоса. Если культура слуха (устная культура) работала на включение и единение сообщества посредством голоса, то культура зрения (письменная культура) выключает читающего из мира, он оказывается как бы вовне, наедине с текстом, по отношению к которому устанавливается зрительная дистанция. Такая же дистанция в итоге устанавливается в отношении к миру. Человек

теперь не часть целого, с которым он един, но внешний наблюдатель. Причем подобно тому, как в тексте истина улавливается не столько зрением, сколько умозрением, так и на природу нужно обратить не столько телесный взор, сколько умственный (слово *idea* – однокоренное со словом *video*). Природу нужно не просто читать, но постоянно перечитывать, чтобы вскрыть ту истину, которую она скрывает. Кроме того, исчезновение голоса заново поставило вопрос: кто говорит? И если раньше говорил только тот, кто имел на это право, то теперь, чтобы знать, чьи мысли мы читаем и имеет ли он право говорить, нужно знать его имя. Записанная мысль стала поименованной.

Схожим по своим последствиям было и изобретение печатного прессы. Мир так и остался книгой (написанной, как известно, уже на языке математики), но вот творцов теперь стало больше чем один. Если раньше познающий субъект был читателем, который читал мир, написанный кем-то другим для тех, кто его прочитать был не в состоянии, то теперь он все больше становился писателем. Печатный пресс сделал книги и книгоиздание куда более доступными, кроме того, именно он содействовал формированию наций, ведь границы нации – это границы национального языка, которые как раз и устанавливались возможностью прочесть книгу на том языке (как правило, диалекте), на котором она была напечатана. И хотя Церковь вначале отнеслась к печатному прессу крайне положительно, на деле новая технология оказалась несовместима с устройством католической Церкви того времени. М. Лютер – первый медиаактивист. Когда он говорил, что каждый верующий должен сам стать читателем и интерпретатором Священного Писания, это были не просто слова. Лютер перевел Библию с латыни на немецкий язык, что реально сделало тех, кто мог читать на немецком, интерпретаторами и читателями Священного Писания. Каждый теперь мог проверить, подтверждаются ли слова священников самим текстом или нет. Отказ от посредников и латыни позволил переосмыслить и отношение к совершенному языку. И если раньше его искали глубоко позади (адамический язык, язык до вавилонского столпотворения), то теперь его стали создавать (то же двоичное исчисление Лейбница). Это как раз хо-

рошо иллюстрирует превращение познающего субъекта из читателя в писателя. Ведь если раньше, чтобы познать мир, нужно было понять, на каком языке он написан (на каком-то древнейшем языке, который, подобно средневековой латыни, доступен только избранным), то теперь, чтобы познать мир, нужно было создать (написать самим) тот язык, который опишет мир совершеннее.

Такой язык стал возможен благодаря компьютеру (речь о языках программирования). Сегодня эти языки позволяют создавать миры, имитировать самые разные процессы, моделировать прошлое и будущее. И даже если сам мир еще не написан на языке цифрового кода, то культура уже явно написана на нем. Причем стоит оговориться: цифровые технологии – это все та же культура зрения (и дело не только в том, что программируем мы на языке, но и в том, что широчайшее распространение компьютеров напрямую было связано с изобретением графического пользовательского интерфейса). А значит, современный мир – это все еще логос. И хотя то же радио приносило в мир мифологические компоненты (совпавшие по времени с надеждой М. Хайдеггера услышать-таки Зов Бытия), генеральную линию все еще задает зрение (именно поэтому такое значение в современном мире имеют видеоигры).

Таким образом, медиадетерминизм действительно оказывается довольно удобным и убедительным в плане объяснения. Однако если исходить из такой точки зрения, то получается, что философия лишается возможности обосновывать саму себя. Философская мысль – это лишь продолжение технологий и мышление ими ради них самих. Можно даже сказать, что есть только технологии, которые делают другие технологии, а человек и его мысль – лишь посредники в этой истории технологического самосовершенствования. И хотя в некотором смысле так и есть, философия, как мы считаем, способна нечто сказать и о мире, а не только о технологиях, конституирующих мир. Но как это возможно, если нет никакого субъекта и никакого объекта (самих по себе), но есть лишь технологии, каждый раз заново полагающие своих собственных субъектов и объектов (по своему собственному образу и подобию)? Наше решение заключается в том, чтобы де-

тальнее обратиться к технологическим аналогиям и проанализировать особенности их применения. Однако прежде чем мы это сделаем, следует обсудить, почему аналогии перестали вызывать доверие у интеллектуалов.

В принципе, об этом подробно писал М. Фуко в работе «Слова и вещи» [316]. Говоря о смене эпистем, он специально обсуждал крах аналогического мышления. И действительно, в эпистеме, предшествующей современной, все рассматривалось так, как если бы оно находилось в некой принципиальной связи друг с другом. Игра подобий пронизывала все мироздание; микрокосм и макрокосм отражались друг в друге. Так, даже средневековая онтология – это онтология, где все, что обладало бытием, обладало им лишь по аналогии с подлинным бытием, т.е. бытием Творца. И хотя Бог – это не просто бытие, но сверх-бытие, не просто любовь, но сверх-любовь, тем не менее о той же любви мы могли говорить лишь по аналогии с той подлинной любовью, которую Бог питает к своему творению. То есть нечто одно принципиально указывало на нечто другое, с чем оно нерасторжимо было связано. Однако со временем ситуация изменилась. Конечно, это было связано с проектом имманентного исследования природы. Но, кроме того, особую роль сыграли и новые приспособления – микроскоп и телескоп. Одно из них открыло бесконечность наверху, другое – бесконечность внизу. Земля потеряла свое центральное положение, став одной планетой наряду с множеством других планет, а в глубине была обнаружена новая бездна, вполне сопоставимая с необъятной Вселенной. Множество непостижимых существ, открытых благодаря микроскопу, как раз и показало, сколь мало для понимания дают аналогии. Говорить о космическом порядке, пронизывающем все и воспроизводящем себя на разных уровнях, было все сложнее. Раньше человек обнаруживал себя и наверху, и внизу. Теперь же там осталось лишь нечеловеческое, грозящее человеку, оказавшемуся в тисках между двух бездн, его ничтожением.

Как замечает Д. Элкинс, на смену аналогиям пришел неологизм [331]. Давать новые имена тому, чего мы не понимаем, – в этом и заключалось новое решение, сначала ставшее общеупотребительным в науке, а затем и в философии. Современная фи-

лософия просто пестрит самыми разными неологизмами, которые возникают всякий раз, когда нужно что-то сказать, но средств для этого недостаточно. Однако мы считаем, что Элкинс совершенно прав, когда говорит, что неологизм – это еще не понимание, напротив, это попытка скрыть наше непонимание за словом, которым люди начинают оперировать, как если бы оно что-то означало и имело какой-то референт. Это привычная ситуация для современной науки с ее черными дырами и темной материей, которые вводятся как конструкт для разрешения теоретических затруднений, но затем используются как имена, обозначающие реально существующие вещи.

Несложно догадаться, что в философии имеет место схожая ситуация. Простейший пример: материя. Несмотря на то, что это философский концепт, о ней говорят так, как если бы это была своего рода вещь, нечто, что на деле существует в реальности и что можно изучать при помощи научных методов. Иными словами, речь идет о том, что философы сначала нечто создают (концепты), а затем делают вид, что ничего и не создавалось, что оно всегда там было, а философ лишь нечто описал. В итоге концептами начинают оперировать, будто это слова повседневной речи. То есть неологизм недолго остается неологизмом, но превращается в слово, в котором уже ничего не остается от первоначальной загадки. Многие ли сегодня задаются вопросом: зачем философам понадобилась материя и на какой первоначальный вопрос она отвечала? Но если эта загадка вдруг встает, то все равно оказывается, что объяснение неологизма предполагает аналогию: что-то, что мы не понимаем, мы снова вынуждены объяснить посредством того, что должно рассматриваться как привычное и понятное.

Таким образом, аналогии не только могут сыграть ключевую роль в философской работе, они уже играют ее. При этом подозрение, под которое подпадают аналогии, также существенно. Просто главное, что нужно сделать, – так это понять, что аналогия – это именно аналогия, а не что-то большее.

Иными словами, аналогия должна быть распознана как философский прием, а не как возможность вскрыть самое дело. Про-

блемы с аналогическим мышлением связаны исключительно с тем, что иногда им доверялись слишком уж некритично. И именно это смешение и следует проблематизировать (что как раз и открывает возможность пользоваться аналогиями рефлексивно). Так, тот же Демокрит говорил, что реальность может быть понята, как если бы она состояла из атомов, несущихся в пустоте. Но как только это сказано, появляется соблазн заявить, что реальность – это и есть атомы и пустота, что это не попытка помыслить невысказанное, но сама мысль о предельно внешнем. То же с механизмом. Можно сказать, что реальность может быть мыслима по аналогии с часовым механизмом, но едва ли достоверным будет суждение, что реальность и есть часовой механизм. Опять-таки: одно дело заявлять, что реальность может быть мыслима по аналогии с компьютерной программой, и совсем другое – что она и есть компьютерная программа на самом деле.

Аналогия – это именно прием для мысли, позволяющий ей дотянуться до того, до чего ничто, кроме мысли, дотянуться не в состоянии. Но считать, что аналогия схватывает самое дело, означает совершать серьезную ошибку. Именно это смешение и заставило в свое время отказаться от аналогий, поставив возможность их применения под вопрос. Но если это смешение не совершать, то аналогии – особенно если учесть, что они все равно так или иначе применяются в философской (и не только) работе, – вполне можно освоить и применять во благо. К тому же аналогии аналогиям рознь. Их не нужно игнорировать, с ними нужно подробно работать, специально исследуя все возможные следствия, которые могут быть выведены из них. Только так, принимая аналогии всерьез, можно надеяться освоить их, сделав частью профессиональной философской работы, а не просто странным полумифическим избытком, который производит смысловые эффекты, на которые якобы нужно закрывать глаза.

## 6. ВИДЕОИГРЫ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?



### § 6.1. Мифологичность виртуального мира видеоигры

Повседневный мир человека уникален: он не только сочетает реально существующие объекты и акторы действительности, которые могут взаимодействовать между собой, быть отчужденными друг от друга, но и создает при помощи информационно-коммуникационных технологий виртуальные миры, которые существуют «здесь и сейчас», в момент совершения определенных действий человеком.

Современная повседневная действительность так же, как и в эпоху архаики, носит мифологизированный характер. Начиная с рождения, человек живет в мифологизированном пространстве. Несомненно, мифы современного человека совершенно иные, нежели мифологии, например, эпохи Древних царств, однако миф и сегодня помогает человеку осваивать, структурировать и познавать окружающую его действительность. Традиционно миф воспринимается как «со-

*Самойлова  
Елена  
Олеговна,  
аспирант,  
старший преподаватель,  
ПГУ, г. Пятигорск*

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

здание коллективной общенародной фантазии, обобщенно отражающее действительность в виде чувственно-конкретных персонафикаций и одушевленных существ, которые мыслятся первобытным сознанием вполне реальными» [179, с. 876], и мыслятся в первую очередь в первобытном обществе, где он проявлялся в качестве способа трактовки мира и его явлений.

В современную эпоху миф стал восприниматься как специфический культурный код. Начиная со структуралистских работ К. Леви-Стросса и заканчивая постмодернистскими работами Р. Барта, миф трактуют как особый инструмент кодирования, который возможно рассматривать с различных сторон в зависимости от направления исследований. Р. Барт отмечал, что многие культурные феномены являются продуктом мифологической коммуникации [186].

Рациональное, логическое и прагматическое мышление, безусловно, является базисным элементом сознания современного человека, однако мифологическое мышление не утрачивает своей значимости и актуальности в наши дни. Более того, современный человек живет и действует в пространстве множества мифов. Несмотря на современное развитие науки и техники, люди все также верят в чудеса, приметы и т.д. В обществе потребления вера в чудо связывается главным образом с удовлетворением человеческих потребностей, например вера в чудодейственные свойства крема для похудения или омоложения, вера в повышение своего статуса и социальной значимости, связанное с приобретением дорогих брендовых вещей.

О трансформации мифов писал еще К.Г. Юнг; в своей работе «Проблемы души нашего времени» он отмечал, что со временем содержание мифов претерпевает существенные изменения [334]. Например, если раньше к людям приходили ангелы, то теперь их стали похищать инопланетяне. Сами инопланетяне представляют собой элемент новой мифологии, с помощью которого люди пытаются объяснить непонятные космические явления и объекты. Сегодня мифологизируются предметы обихода, они становятся носителями определенного смысла, например связанного с демонстрацией статуса или богатства. В. Корнев в работе «Филосо-

фия повседневных вещей» пишет: «...автомобиль, например, – это в первую очередь продукт дизайна, произведение мифа и воплощение мужских либо женских проекций... сами технические характеристики автомобильного двигателя (как пресловутые лошадиные силы) – и те мифологизированы» [258, с. 11].

Не только повседневный мир современного человека пронизан мифом, мифологическое проявляется также и в области виртуального. Виртуальные практики стали повседневной данностью современного человека. Мы проводим время в сети Интернет, играем в видеоигры, ежедневно используем различные приложения в смартфонах и планшетах. Как отмечает В.Л. Яковлева, «виртуальная реальность содержит в себе много черт, которые сближают ее с мифом» [336, с. 106]. Даже сам термин «виртуальная реальность» обладает определенной мифологичностью: он одновременно сочетает в себе возможное и действительное, воображаемое и актуальное.

Виртуальная реальность стала неотъемлемым компонентом массовой культуры. Она вобрала в себя популярные сюжеты массовой культуры и их мифологические атрибуты, например анимизм, тотемизм, фетишизм (придание вещам магических, чудодейственных свойств) [311]. Особенно ярко это проявляется в видеоиграх. Как отмечают Е.В. Галанина и Е.О. Акчелов, видеоигры являются порождением постмодернистской культуры и представляют собой «пространство свободы “здесь и сейчас”, в котором истина не открывается, а создается и моделируется как множественная и неоднозначная в процессе интерпретаций и трансформаций игры» [211].

Сам мир видеоигры может быть построен вокруг какой-то определенной мифологической системы, такая видеоигра является мономифологичной. Также видеоигра может быть эклектичной, комбинированной, содержать в себе элементы различных культурных и мифологических традиций, т.е. быть полимифологичной. Например, видеоигра *Will rock* (2003) содержит в себе элементы древнегреческой мифологии: само действие игры разворачивается на Олимпе, игровые персонажи напоминают существ из древнегреческой мифологии. Другая видеоигра –

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

*Hellblade: Senua's sacrifice* (2014) – отсылает нас к германоскандинавской мифологии (рис. 26). Главная героиня – девушка-викинг, которая спустилась в царство мертвых – Хель, чтобы спасти душу своего возлюбленного. Данные видеоигры включают элементы одной древней мифологии и не содержат отсылки к другим культурным традициям. Благодаря этому создается уникальная атмосфера, которая способствует погружению игрока в виртуальный мир, созданный с помощью информационных и компьютерных технологий.



**Рис. 26.** Скриншот *Hellblade: Senua's sacrifice* (2014),  
*Ninja Theory / Ninja Theory*

Следует отметить, что мономифологические видеоигры достаточно редки. Большинство современных видеоигр представляют собой полимифологические феномены. Даже игры, которые основаны на произведениях конкретных авторов, могут содержать в себе отсылки к другим книгам, видеоиграм и фильмам. Так, в видеоиграх *Witcher* (2007) и *Devil may Cry 4* (2008) главный герой сражается с Дагоном – чудовищем из произведений Г. Лавкрафта. К полимифологическим видеоиграм можно отнести игру *Loki: Heroes of Mythology* (2007), название которой отсылает нас к древнему скандинавскому эпосу. Игрок вместе со своим героем должен совершить путешествие не только по древней Скандинавии, но и по Египту, Древней Греции, по просторам регионов Ла-

тинской Америки. Во всех локациях игроку приходится сталкиваться с монстрами, образы которых были заимствованы из древних верований и легенд.

Еще более эклектичной представляется нам многопользовательская видеоигра *SMITE* (2014), которая представляет собой своего рода онлайн-битву богов, где игроку предстоит выступать за одного из 86 богов, который может быть представителем различных мифологий: греческой, египетской, римской, индийской, китайской, японской, скандинавской, мезоамериканской и кельтской. Эклектичность подобного рода видеоигр, сочетание в них мистических и мифологических элементов позволяют игроку познакомиться с древними культурами, их мифами и верованиями, что может пробудить интерес игрока к более глубокому изучению мифо-религиозных традиций различных народов. М.И. Билалов в своей работе «Эклектичность современной культуры как основания познания» отмечает, что «эклектичность культуры, состоящей ныне из толерантных друг другу рациональных и иррациональных элементов, заимствованных из европейского и восточного духа, может создать приемлемый для человечества вектор развития познания и науки» [193, с. 75].

На наш взгляд, современные видеоигры производят различные мифы:

1) «донаучные» мифы. Это мифы, которые рассказывают о магии или колдовстве, о том или ином чудовище, о ритуалах воскрешения, призыва и т.д. Например, в видеоигре «Магия крови» (2005) игроку предоставляется возможность освоить больше сотни заклинаний, а также изучить древние руны, познать значение татуировок и т.д.;

2) паранаучные мифы. Подобные мифы появляются чаще всего в футуристических играх или видеоиграх, которые отсылают нас к современным реалиям. Паранаучная мифология появляется в условиях развитой науки и отсылает нас к таким известным элементам массовой культуры и массового сознания, как пришельцы, НЛО, Бермудский треугольник и др. Как пишет Э.А. Баташева, «...паранаучные элементы широко эксплуатируются в игровой индустрии, ведь все непознанное подогревает интерес игро-

ков, вызывая желание поиграть в новую игру» [188]. Тема первого контакта человека и разумных внеземных существ активно используется в фантастических видеоиграх, таких как, например, серия игр *Mass Effect*;

3) «обновленные», или современные, мифы. Э.А. Баташева, описывая «обновленные мифы» отмечает, что в эту группу мифов входят астрология, парапсихология (включая разнообразные рассказы об экстрасенсорных явлениях — телепатии, ясновидении, телекинезе и т.п.), «нетрадиционная» медицина. Научнообразные термины («космические поля», «астральное тело», «биополе») придают им вполне респектабельный вид [188]. Одним из примеров может по праву считаться игра в жанре интерактивного кино *Beyond two souls* (2015), где главной героиней является девушка-телепат, которая обладает сверхъестественными способностями, в том числе и телекинезом. Игроку предстоит играть не только за саму героиню, но и за ее астрального помощника, у которого нет ни тела, ни формы. События таких видеоигр разворачиваются в псевдоактуальной действительности и подогревают интерес игрока не только к видеоигре, но и к самим экстрасенсорными феноменам.

Виртуальный мир видеоигры представляет собой особый мифологический мир, в который игрок может достаточно глубоко погрузиться. Погружаясь в мир видеоигры, человек испытывает на себе так называемый «эффект перехода»: от мира реального к миру виртуальному. Чаще всего такой эффект заключается во временном переносе своего Я из реального мира в мир виртуальный и появлении еще одного (а зачастую и нескольких) виртуального Я. В самой видеоигре человек также проходит через мифологизированные процессы рождения–жизни–смерти и / или возрождения, благодаря чему он может прожить несколько жизней, изменить судьбу своего персонажа и других игровых персонажей, примерить на себя различные роли. Виртуальный мир предоставляет практически безграничные возможности погружения в мифологизированные пространства, например современный мир серии игр *GTA*, псевдосредневековый мир серии игр *Witcher* и *Dragon Age* и т.д.

Более того, если в процессе чтения художественной литературы реципиент только следует за повествованием и наблюдает, не имея возможности изменить сюжетную линию, то в видеоиграх он становится со-творцом. «Он формирует образ киберпространства и свой, активно участвует в игровых ситуациях, модифицирует их, вступает в коммуникацию с фантомными и реальными персонажами» – пишет Е.Л. Яковлева в своей статье «Проявление мифологичности мышления в повседневности» [381, с. 219].

Как мы уже отмечали, виртуальный мир видеоигры насыщен мифологическими сюжетами, которые могут как сохраняться в первоначальном виде, так и видоизменяться. Так, К.П. Шуртаков в работе «Мировоззрение и методы его формирования» разделяет мифологию на три основные группы. Он выделяет мифологию первого и второго плана, а также низшую мифологию [328, с. 101]. Данная классификация может в полной мере быть применена к исследованию мифологии видеоигры.

Под первичной мифологией К.П. Шуртаков понимает мифы, связанные с природными явлениями и их обоснованием. Сюда он также относит различные празднования, культурные традиции, связанные с природой и временами года. К первичной мифологии также относятся мифы о Богах и героях, мифы о сотворении Земли и всего живого. Как и в реальной действительности, отдельные элементы виртуального мира видеоигры можно отнести к первому типу мифологии. Однако подобные элементы присутствуют далеко не во всех играх и чаще всего встречаются в играх жанра *RPG*, которые повествуют о фэнтези-мирах, зачастую населенных магическими существами (маги, эльфы и т.д.).

Например, играя в серию видеоигр *Dragon Age*, мы можем поучаствовать в нескольких праздниках, например в проводах зимы. Этот праздник посвящен Великому Создателю – богу, творцу континентов, и сопровождается турнирами и соревнованиями, ярмарками и театральными представлениями. Другой важный праздник в этой вселенной – это первый летний день. В вымышленном государстве Орлей он является священным праздником, ведь раньше первый день лета был посвящен богу Единства. Девушки и юноши облачаются в белое, достигая совершеннолетия,

идут в церковь, где им старейшины объясняют их обязанности. Здесь можно провести параллель с многими традициями инициации при вступлении в совершеннолетний возраст в реальной действительности, которые сохранились и по сей день. Например, первый день лета является официальным праздником в Исландии. Это древний языческий праздник, который знаменует конец зимы и приход лета. В этот день воздавалась хвала и возносились молитвы Одину, а также совершались жертвоприношения.

Еще один праздник вселенной *Dragon Age* берет свое начало в реальной действительности. Это так называемый праздник «День Всех Душ», или Фуналис (*Funalis*). Данное празднество посвящено поминовению мертвых. Во многих регионах Орлея люди одеваются, как духи или призраки, и устраивают шествие. Церковь же, напротив, использует данный праздник для укрепления веры и вспоминает смерть главной пророчицы Андрасте (разыгрываются сцены ее жизни и смерти). Если брать языческий аспект данного праздника, то он практически совпадает с реальным праздником «День Всех Святых», который также посвящен поминовению мертвых. Однако его церковная интерпретация схожа с католическим празднованием Рождества Христова. Таким образом, праздники и явления природы в виртуальном мире видеоигры в определенной мере мифологичны и часто представляют собой эклектичную смесь религиозных и мифологических традиций различных культурно-исторических эпох.

К.П. Шуртаков также выделил мифологию второго плана, к которой могут быть отнесены былины, эпос, сказания, героические песни, которые не имеют непосредственной связи с объяснением природных явлений. Мифологию второго плана мы также можем встретить в большинстве видеоигр жанра *RPG*, где эпические сказания встречаются игроку в книгах, свитках, листках, которые разбросаны по вымышленному миру и которые позволяют игроку получить дополнительную информацию о мире. Подобные сказания способствуют более глубокому пониманию сущности виртуального мира видеоигры, более сильной иммерсивности. В качестве примера можно привести серии видеоигр *The Elder Scrolls*, *Dragon Age*, *Gothic*, *Witcher*.

К третьему типу мифологии относится так называемая низшая мифология, связанная с верой в духов, демонов, низших существ, монстров, народные поверья и приметы. Например, в серии видеоигр *Diablo* и *Sacred* игрок может найти свитки с описанием тех или иных чудовищ, которых он может найти, бродя по игровому миру. В некоторых видеоиграх информация о монстрах и пройденных боссах доступна в игровом меню только после победы над ними, например, как в сериях видеоигр *Prince of Persia*, *The Evil within*, *Silent Hill*. Сами по себе образы чудищ и чудовищ также являются отсылками к разнообразным древним мифологиям и легендам. Их настолько много, что в рамках данной работы мы упомянем лишь некоторые мифологические традиции, из которых чаще всего происходит заимствование: древнегреческая, кельтская, китайская, японская. Особняком стоят мифологические образы, порожденные тем или иным культовым художественным произведением. Сюда стоит отнести расы вымышленных вселенных (эльфы, орки, гномы), которые появляются в серии видеоигр «Властелин колец» и других играх, которые берут свое начало из произведений Дж.Р.Р. Толкиена. Таким образом, в мифологическом мире видеоигры присутствуют отсылки к древним мифологическим и религиозным традициям. Ни один мир видеоигры не создается «на пустом месте», а конструируется как явление современной культуры на основе эклектического сочетания различных культурно-исторических и мифо-религиозных слоев.

Мифологичность виртуального мира видеоигры воплощается также в представлении предметов и явлений в гиперболизированной форме. Как правило, гиперболизируется не только сам объект, но и его отдельные качества. Например, в видеоигре главный герой побеждает зло (конечно, это характерно не для всех игр, однако в своем большинстве образ гиперболизированного героя предполагает победу добра над злом). Так, главные герои серий игр *Serious Sam* и *Duke Nukem* представляют собой супергероев-атлетов, которые при любых обстоятельствах спасут и мир, и деву в беде. Они сильны, обладают большим количеством боеприпасов и возводятся в ранг героев. Визуализации героинь-девушек

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

также свойственна гиперболизация. Образы роковых красоток, которые обладают не только идеальной внешностью, но и смелы, отчаянны и готовы на все ради своей цели, не сходили с телевизионных экранов, афиш и плакатов многие десятилетия. Зачастую такой образ излишне сексуализирован, достаточно вспомнить героинь серии видеоигр *Dead or Alive* или Лару Крофт из *Tomb Raider* (2013).

Порой герои видеоигр воспринимаются как мифические герои, обладающие определенными нравственными и физическими характеристиками, которые идеализируются. Герои настолько могут понравиться игрокам, что их смерть или изменение внешнего вида, сюжетной линии игры вызывают настоящие потрясения. Фанаты могут писать письма разработчикам, подписывать петицию в поддержку того или иного героя, или игры в целом.

Иногда традиционные религиозные и мифологические представления преподносятся в видеоиграх с иронией и юмором. Так, в серии игр *The Sims* Смерть (неигровой персонаж) является вполне добродушным персонажем, которая только делает свою работу. Более того, она может и не забирать душу вашего «сима», а, наоборот, прийти к нему в гости или поиграть в видеоигры. Смерть, таким образом, выступает не как итог жизни персонажа, и не как вестник окончания игры, а как понимающий персонаж, с которым можно провести вечер. Несомненно, подобное представление смерти ведет к уходу от религиозного понимания смерти-жнеца, к более упрощенному и зачастую диаметрально противоположному.

В большинстве игр мы также можем столкнуться с так называемой персонификацией и антропоморфизацией явлений и объектов действительности. Как известно, именно персонификация является одним из ключевых принципов мифологического сознания – перенос качеств человека на окружающий его мир. «В мифологическом мышлении персонификация проецирует на окружающий мир свойства человека, выступая важным средством конкретизации мифологического образа» [301, с. 415-416]. Например, в видеоигре *The Suffering* (2004) чудовища являются антропоморф-

ной персонификацией различного рода пыток и казней. Один из монстров, швыряющийся отравленными шприцами олицетворяет смертельную инъекцию, другой же, обладающий большим количеством огнестрельного оружия и с повязкой на глазах, олицетворяет расстрел и т.д.

Игрок, погружаясь в мир видеоигры, может стать героем любой национальности, вероисповедания, проживать на другом континенте и иметь собственную историю. Например, в серии видеоигр *Assassin's Creed* игрок сначала выступает в роли ассасина на Ближнем Востоке, затем дворянином-убийцей в Италии эпохи Возрождения, затем англичанином, плывущим в Новый свет. С каждой новой локацией изменяется не просто внешний облик персонажа, меняется сюжет, привносятся новые исторические личности, добавляются новые культурные традиции и т.д.

Итак, миф пронизывает реальность, в которой живет современный человек. Черты мифа присущи как пониманию повседневности, так и виртуальному миру, созданному в рамках видеоигр. Виртуальный мир по-разному соотносит реальные и мифологические контуры действительности, которые оказываются причудливо переплетены в структуре игровых пространств. Мифологичность виртуального мира изоморфна современному сознанию человека, живущего в условиях эпохи постмодерна. Сознание современного человека эклектично, соединяет элементы архаических представлений и современные идеологические конструкции. С одной стороны, виртуальные миры репрезентируют гиперболизированные качества, свойственные мифу и его отдельным структурным компонентам. С другой стороны, постепенно происходит отход к неким «мирам повседневности», в рамках которых героями становятся обычные люди и обстоятельства.

## § 6.2. Виртуальный нарратив: топосы, архетипы и акротипы

В рамках исследования видеоигр мы можем выделить виртуальный нарратив, который представляет собой внутриигровое повествование, динамическое развертывание сюжетной линии. Существует нарративная парадигма в гуманитарных науках, в рамках которой многие явления рассматриваются сквозь призму повествования. Такие исследователи, как Ф. Анкерсмит, Р. Барт, П. Рикер и др., говорят о «нарративном повороте», в рамках которого рассказу придается большое значение, возрастает роль субъекта в произведении, что влечет за собой целый комплекс проблем самоидентификации.

Что касается виртуального нарратива, то мы имеем здесь дело с игровым действием, когда игрок, ведомый сюжетной линией, познает самого себя, эксплицируя на себя задачи, проблемы и особенности разворачивающегося игрового действия.

Стоит сказать, что интерес к нарративу зародился еще в 80-х гг. XX в. и имел своим истоком сюжеты и темы работ таких исследователей, как Р. Барт, Х.-Г. Гадамер, Ж. Деррида, Ж. Делез, Ж.Ф. Лиотар, П. Рикер, Ф. Джеймисон и других постмодернистски и герменевтически ориентированных мыслителей.

**Шаев  
Юрий  
Михайлович,**  
*кандидат философских  
наук, доцент,  
ПГУ, г. Пятигорск*

Традиционно нарратив связывают с именем Р. Барта и его работами, в которых текст предполагает развертывание, некий рассказ, а не только структуру, систему знаков и синтагматических единств [185]. Ф. Анкерсмит рассматривал нарратив как некое единство, попытку построения целостной картины произошедших событий (в контексте исторического знания) [182]. Герменевтически ориентированные мыслители фиксируют в нарративе, прежде всего, его открытость, возможность множественного толкования, что и делает нарратив некой концентрированной средой репрезентации человеческого опыта в целом, проявления «человеческого» в человеке, через интенцию понимания [209, 292].

В рамках рассказа мы познаем других и создаем самих себя. Возможно, именно поэтому Гадамер так часто пользуется примерами классических диалогов Платона, где нарративный компонент является основной средой феноменологической работы философского сознания. Рассказывая о героях диалогов, перипетиях их мыслей и страстей, автор пытается натолкнуть нас самих на рассказывание собственной истории, в которой отражается наша сущность [215, с. 69–70]. В этом плане невозможно переоценить экзистенциальное значение рассказа о других и о себе как средства самопознания, своего рода зеркала, в котором отражаются бытийственные контуры нашей сущности. Важная характеристика нарратива – его открытость, возможность актуализации различных смысловых перспектив. На это указывал Ж. Деррида: открытость обеспечивает возможность деконструкции как разбивки и новой сборки смысловых перспектив [227]. Наконец, можно вспомнить идею метанарратива Ж.Ф. Лиотара [265] как некой глобальной объяснительной схемы, своего рода матрицы понимания культуры и ее отдельных сегментов.

Подходы нарративной теории могут оказаться полезными в изучении видеоигр в аспекте того, как они способствуют пониманию игроком самого себя. В этом плане виртуальный нарратив выполняет определенную гносеологическую функцию. Играя в видеоигру, человек погружается в виртуальный мир посредством рассказа как такового, а не только посредством геймплея, графики, музыкального сопровождения. Часто именно от того, насколько

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

ко игроку качественно подается сюжет, как игра «ведет» его через все перипетии сюжетной линии, зависит успех той или иной игры. Не случайно в среде геймеров в последнее время достаточно популярна идея о том, что сейчас, в эпоху достаточно развитой компьютерной графики и повсеместного распространения многопользовательских онлайн-игр, очень сложно сделать хорошую сюжетную игру, которая захватывала бы игрока, дарила ему чувство глубокого погружения в виртуальный мир и заставляла задуматься о самом себе, основах своего существования, смысловых и этических проблемах.

Как правило, ролевые игры жанра фэнтези предполагают виртуальный нарратив в качестве некой «изюминки», того, ради чего игроки данные игры и приобретают. Именно в рамках повествования игрок узнает многое об игровых персонажах, осознает всю сложность их характеров и судьбы (например, в серии игр *Dragon Age*), чего невозможно добиться вне нарративного сценария. Игроки могут задумываться о проблемах часто непростого этического выбора, который стоит перед персонажами в вымышленном мире. Игрок может переносить данный опыт в реальный мир, переосмысливая действительность, научившись оценивать свои действия и суждения в свете различных интерпретативных перспектив (что так высоко ценили представители герменевтического и феноменологического направлений в философии).

В рамках виртуального нарратива можно выделить топосы виртуального нарратива. В качестве топосов, или «мест», виртуального нарратива мы понимаем некое внутриигровое пространство-время, содержащее несколько измерений. Оно может восприниматься в различных регистрах и соотноситься с реципиентом. Топос возникает в ходе контакта игрока-реципиента и виртуального нарратива. В качестве топоса может выступать локация, которая может по-разному восприниматься игроками, затрагивать различные эмоциональные пласты, в частности локация леса, гор, долины или, например, часть вымышленного мира, скажем, в рамках видеоигры *Fallout* (1997), в которой представлено постапокалиптическое будущее. Топосом может быть виртуальный мир в

целом, например «Азерот» во вселенной *Warcraft* или «Скайрим» в серии игр *The Elder Scrolls*.

Топосы виртуального нарратива представляют собой своего рода пространства разворачивания смысла, на которые могут быть спроектированы экзистенциальные переживания игроков; особенно ярко это заметно в случае глубокого погружения в виртуальный мир видеоигры. Игроки могут связывать свои чувства и эмоции с внутриигровыми событиями. Топос виртуального нарратива – это своего рода образ «места», «событий», который воспринимается и переживается игроком, другими словами, это некие измерения игрового пространства, к которым он равнодушен и с которыми соотносит самого себя. Можно провести параллель с литературными произведениями и в целом с любыми текстами как смысловыми пространствами. Входя в пространство текста, мы «дополняем» реальность частично либо даже полностью. Читатель-реципиент может быть настолько погружен в текст, что стремится перенести его смысловые, ценностные, нарративные составляющие в мир реальный. Подобная ситуация может наблюдаться среди поклонников той или иной видеоигры. Достаточно известны случаи длительной игры (свыше нескольких десятков часов) и глубокого погружения в виртуальный мир. Некоторые игроки идентифицируют себя с героями полюбившихся видеоигр. В отдельных случаях человек может оценивать саму реальную действительность сквозь нарративную призму игры.

Топос виртуального нарратива представляет собой специфическое явление, его невозможно свести к геймплею, разворачиванию сюжетной линии, образному воплощению видеоигры. Хорошей иллюстрацией топосов виртуального нарратива может послужить серия игр *The Elder Scrolls*, имеющая большое количество фанатов по всему миру. Разработчикам удалось создать целую фэнтезийную вселенную. Многие ее части, например часть *The Elder Scrolls: Morrowind* (2002), стали своего рода «классикой»: многие игроки считают, что по уровню детальной проработанности нарратива данной части игровой серии нет равных. Для прохождения основной сюжетной линии каждой из частей серии игр *The Elder Scrolls* требуется несколько десятков часов. Допол-

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

нительные же квесты, которых очень много, требуют еще столько же времени. Проходить их или нет, решает сам игрок, однако данная серия игр славится именно возможностью отвлечься от основного сюжетного повествования и путешествовать по провинциям вымышленного мира «Тамриэль» в свое удовольствие, выполняя незначительные задания. Здесь разработчикам удалось создать микротопосы, своего рода островки отдохновения в рамках движения к основной цели игрового действия. Вполне возможно предположить, что у многих игроков могло сложиться совершенно особое отношение к топосам игры, которые призывают к прочувствованию своеобразного «внутриигрового бытия», соотношения себя с пространством-временем квеста (дополнительные задания весьма различны даже в плане этической составляющей – например, можно выполнять серию квестов за Темное братство и выступать в качестве коварного убийцы или играть за Гильдию воров, либо помогать простым людям в игре, выступая в качестве представителя Гильдии бойцов).

Само бытование топосов виртуального нарратива в какой-то мере напоминает мыслительные и экзистенциальные опыты Ф. Ницше и позднего М. Хайдеггера, в работах которых представлены не столько философские системы в целостном и законченном виде, сколько приглашение к размышлению, «пути» и опыты мысли. Они могут быть воспроизведены читателем-реципиентом с привнесением своих экзистенциальных переживаний и мыслей. Часто мы рассматриваем произведения, например, мыслителей-экзистенциалистов или философски-художественные опыты Ф. Ницше в качестве приглашения мыслить, посетить своеобразные «топосы» мысли, где автор – лишь проводник, показывающий один или несколько путей, которые мы можем выбирать сами. То же касается и топоса виртуального нарратива: каждый игрок может найти что-то свое, возможно даже в деталях. Не случайно такой популярностью пользовалась серия игр S.T.A.L.K.E.R. Даже сейчас любители своими силами разрабатывают фанатские моды к ней. Помимо сюжетной составляющей, которая на момент выхода первой части игры (S.T.A.L.K.E.R.: Тень Чернобыля, 2007) предполагала несколько различных окончаний игры, данная игра

полюбилась многим своей атмосферностью, умело воссозданным обликом таких городов-призраков, как, например, Припять или Чернобыль (рис. 27). Многие игроки отмечали посещающее их чувство ностальгии по «материальным следам» советской эпохи: многоквартирным домам, имеющимся в каждом постсоветском городе РФ и СНГ, автобусным остановкам, железнодорожным станциям, технике и т.д. Здесь налицо своего рода экзистенциальные переживания, внутренний отклик, тоска, ностальгия по недавнему советскому прошлому, соотнесение себя, своего опыта и представлений с данным топосом виртуального нарратива. Следует отметить, что большинство игроков из России и стран ближнего зарубежья проживают в схожем урбанистическом окружении.



Рис. 27. Скриншот S.T.A.L.K.E.R.: Тень Чернобыля (2007),  
GSC Game World / THQ

По сути, каждый игрок может создавать свои топосы виртуального нарратива: одни места ему кажутся уютными и комфортными, связанными с личными жизненными ситуациями, экзистенциальными переживаниями и вкусовыми предпочтениями (например, эльфийские леса, крепости и долины в играх жанра *RPG*), другие же могут не вызывать симпатии.

Для анализа феноменологии топосов виртуального нарратива мы можем обратиться к работам А. Щюца, развивавшего в своих трудах идеи социальной феноменологии. В работе «Возвращающийся домой» он предпринимает попытку описания концепта «дом» [16, с. 207]. Щюц пытается найти в описаниях людей некие элементы, указывающие на то, что же такое «дом», что означает «быть как дома», из чего в социальном, эмоциональном и символическом планах складываются понимание и чувство родного дома и всего, что связано со знакомыми местами. Он приходит к выводу, что понятие «дом» обладает, помимо материального и функционального, целым спектром символических, социальных, экзистенциальных измерений. Для человека быть дома – это слышать привычные звуки, чувствовать знакомые запахи и т.д. Щюц приводит примеры результатов опроса военнослужащих США, которые находились на юге Тихого океана вдали от дома. Они, давая ответ на вопрос о том, по чему они скучают больше всего, описывали вполне обычные вещи вроде «сэндвича», «запаха аптеки» или «гудка паровоза» [329, с. 209].

Можно сказать, что в случае погружения в виртуальный нарратив может происходить нечто похожее, проявляться сходные эффекты восприятия. Топосы виртуального нарратива – это некое пространство разворачивания смысла, которое может обладать значимостью для каждого конкретного человека. Например, в рамках игр серии *The Elder Scrolls* можно приобрести дома в различных провинциях «Тамриэля», оборудовать их мебелью, хранить там доспехи и различную утварь. Дом здесь выступает в качестве места отдохновения игрока, музея его славы и воспоминаний, причем в виртуальном пространстве. В данном случае мы можем выделить топос «дом» применительно к виртуальному нарративу. Данный топос встречается и в других видеоиграх. Будучи частью виртуального нарратива, он выступает в некотором смысле «объективным местом», которое может быть связано с различными другими квестами. Топос может иметь для игрока личное значение, инициировать проявление эмоций и чувств, отсылать к целому спектру экзистенциальных переживаний.

Среди топосов можно выделить такой топос, как «храм» или «святилище», особенно это касается игр жанра *RPG*, которые часто предполагают фэнтезийный сюжет. В таких видеоиграх мы можем найти святилища и храмы различных божеств. Стоит сказать, что сама тема сакрального достаточно широко представлена в виртуальном нарративе и тесно связана с «точкой концентрации» сакрального, представленной в виде храма. Многие современные видеоигры активно используют мифо-религиозную тематику, образность, символику и топосы в создании сюжета и внутриигрового пространства. Так, например, в серии игр *Dragon Age* созданы собственные вымышленные религия и церковь. Также в играх фэнтезийной направленности часто присутствуют элементы магии и оккультизма в структуре сюжетной линии и геймплея. В серии игр *The Elder Scrolls*, например, представлены святилища различных божеств и несколько школ магии, заклинания которых возможно изучить. В фэнтезийных видеоиграх, как правило, магия является одной из значимых способностей персонажей, существуют волшебные предметы, места «силы», которые в основном репрезентированы храмами и святилищами.

В качестве топоса виртуального нарратива можно выделить топос «дорога», или «путь». Многие квесты, представленные в *RPG*, в различных шутерах предполагают движение по определенной траектории. В играх-симуляторах гоночных соревнований данный топос представлен, пожалуй, в наиболее «чистом» виде. В рамках виртуального нарратива топос пути может быть связан с прохождением квестов в *RPG*. Это может быть основной либо побочные квесты. Видеоигры, предполагающие открытые миры, дают возможность игроку свободно перемещаться по миру, выполнять те задания, которые ему кажутся привлекательными и значимыми или выполнение которых доставляет удовольствие. В этом случае нет одного единственного маршрута для игры, и каждый игрок выстраивает свою собственную нарративную линию. Можно сказать, что в этом случае для игрока выбранный им маршрут может стать своего рода топосом пути, предполагающим определенный темп прохождения: одни предпочитают стремительную игру и выполнение основного квеста,

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

другие же привыкли играть в более медленном темпе, изучать «неторные тропы» вымышленного мира, выполнять побочные квесты, наслаждаясь странствием по миру видеоигры. В этом плане можно даже говорить о познании игроком мира игры и самого себя в ходе создания и бытования топоса виртуального нарратива. Игра в этом отношении выступает в качестве инструмента самопознания в некоем ницшеанском смысле. Известно, что Ницше использовал символику гор, горных дорог для создания некоего символического способа размышления о самом себе; места в которых он бывал, помогали ему в создании произведений. Можно сказать, что и топос виртуального нарратива обладает подобными свойствами. Возможно, что красоты природы, например долины или леса, изображенные в фэнтезийном мире, или другие топосы помогут игроку открыть грани самого себя, подтолкнут к изучению чего-либо или станут началом философской рефлексии.

Сам по себе топос виртуального нарратива с семиотической точки зрения представляет собой своего рода собрание знаков, кодов, текстов (понимаемых достаточно широко, в герменевтическом смысле). Различные коды могут сталкиваться, они способны органично дополнять друг друга. В современных видеоиграх заметны тенденции к эклектичному соединению различных визуальных, исторических, культурных кодов и текстов. Многие видеоигры сочетают в себе различные современные и архаичные образы, в них могут соседствовать футуристический киберпанк и мир новейшей техники, часто встречается соединение стилей различных культурно-исторических эпох. Существуют игры, которые представляют собой достаточно удачные примеры виртуального нарратива, и у игрока не складывается негативного впечатления от подобного эклектичного соединения гетерогенных кодов. В качестве иллюстрации можно привести серию видеоигр *Assassin's Creed*, в рамках которой сам нарратив разорван во времени, он отсылает к прошлым эпохам и современности. Действие видеоигры происходит в настоящем, главный герой испытывает переживания своих предков с помощью специально созданного компьютера и оказывается втянут в противоборство двух орденов – ассасинов

и тамплиеров, которые ведут войну на протяжении многих веков, вплоть до современности.

Конечно, впечатление от топосов той или иной видеоигры – дело в известной мере субъективное, предполагающее наличие вкуса и знания основных тенденций современной индустрии видеоигр. Здесь сложно представить себе формализованную систему оценки семиотических компонентов топоса виртуального нарратива, ведь реакции и оценки различных людей могут быть противоположными. Тем не менее можно в какой-то степени полагаться на мнение опытных игроков, выработавших «вкус» и способность оценить качественно сконструированный виртуальный нарратив, отличить его от примеров неудачного, эклектичного соединения штампов и клише.

Процесс формирования топоса виртуального нарратива связан с феноменом семиотической избыточности. Нарратив и его отдельные сегменты, выступая в качестве сообщения, доносят информацию до реципиента-игрока. И в этой ситуации часто проявляется избыточность означающих, соотносимых с воображаемыми означаемыми. Означающие сообщают нам всегда больше, чем «требуется», ведь для идентификации, скажем, топосов «лес» или «путь» в информативном смысле достаточно схематического леса, своего рода последовательности смыслодержателей и смысло-различительных визуальных форм, которые помогают, например, отличить «лес» условно от «водоема».

На начальном этапе развития видеоигр, когда графика была еще не настолько качественной и детали объектов не удавалось изобразить, игроки имели дело с достаточно схематичными в плане визуального воплощения персонажами и окружающей средой. В этих условиях не всегда был возможен эффект глубокого погружения (в плане перцептивной несомненности того, что игрок находится в лесу или на поле сражения). Современные видеоигры предлагают достаточно детализированную графику (возможности визуальных движков некоторых игр используются даже в создании отдельных эпизодов в художественных и документальных фильмах). Конечно, существуют видеоигры, графика которых напоминает образцы игр, существовавших на заре их развития, которые, несмотря

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

на это, пользуются популярностью в среде ценителей жанра. В качестве примера можно привести видеоигру *Minecraft*. В большинстве случаев в процессе разработки современных видеоигр пристальное внимание уделяется графической составляющей и развитому внутриигровому миру. Семиотическая визуальная избыточность – наличие разнообразных визуальных форм словно актуализирует эффект «визуальной риторичности» топоса виртуального нарратива, – изображение, стремящееся к кинематографической точности и детализации, словно «убеждают» зрителя в реальности происходящего на мониторе. Можно сказать, что детализированные образы различных монстров, вымышленных существ словно пытаются заявить о своей «концентрированной» реальности, или «гиперреальности», говоря словами Ж. Бодрийера. В качестве примера можно назвать яркую цветовую палитру в видеоигре *Mirror's Edge* (2009), интересные визуально-цветовые образы в серии игр *Dragon Age*. Данные эффекты имеют место благодаря семиотической перенасыщенности визуальных образов.

Помимо визуального кода можно выделить и код аудиальный. Это в первую очередь касается музыкального оформления виртуального нарратива, его специфики, динамизма, подбора и компоновки музыкальных композиций. Здесь следует отметить специальные звуки, которые сопровождают действия персонажей, главного героя, игровые события и т.д. Если говорить о музыкальном сопровождении, то можно отметить, что в видеоиграх широко используется музыка различных жанров: от классики, джаза и рока до образцов электронной музыки. В игровом нарративе, который предполагает эпические битвы, могут использоваться музыкальные произведения в классическом стиле, рок либо их гармоничное сочетание. Для исторических стратегий вполне подходят этнические музыкальные мотивы, как правило, представленные в современной обработке, например музыка различных стран и эпох в серии игр *Total War*.

В качестве хороших примеров гармоничного сочетания музыкального сопровождения и визуального ряда можно привести видеоигру *Fallout: New Vegas* (2010), где звучат джазовые мотивы, создающие неповторимую эстетику постапокалиптической Аме-

рики. Интересны музыкальные композиции в таких играх, как *Mafia: The City of Lost Heaven* (2002) и серии *Grand Theft Auto*, в которых джаз и рэп соотносятся с криминальными сюжетами, создавая особую эстетику для игрока. Мрачная же атмосфера *Max Payne 2* (2003) дополняется звуковым сопровождением в виде рок-композиций.

Задача музыкального сопровождения – усиление эффекта погружения в виртуальный мир, акцент на напряженных моментах в игре. Музыка украшает минуты радости от побед главного героя или помогает подчеркнуть горечь поражений. С семиотической точки зрения в случае удачного сочетания визуального ряда и музыкального сопровождения мы можем наблюдать эффект «семиотического резонанса», при котором различные семиотические средства действуют параллельно и усиливают иммерсивность виртуального мира видеоигры. Действие музыки вместе с видеоизображением может доходить до острого желания у игрока покинуть виртуальный мир, особенно это касается игр в жанре «хоррор», например серия игр *Silent Hill* или *Alone in the Dark*. Данные игры могут оказать сильное впечатление на людей. Часто семиотический резонанс определяет формирование топоса виртуального нарратива.

### Архетипы и акротипы виртуального нарратива

Помимо топосов виртуального нарратива можно выделить архетипы или архетипические образы виртуального нарратива. У виртуального нарратива много общего с мифом: нарративная структура, наличие действующих лиц, персонифицирующих те или иные образы, пространство и время разворачивания событий (каким-то образом привязаны к реальным пространству и времени). Мы можем использовать выделенные К.-Г. Юнгом архетипы в рамках психоаналитической традиции, согласно которой архетип представляет собой некий образ бессознательного, фиксирующий отражение в психике многовекового опыта людей [335, с. 222-239].

Мы можем выделить архетипы или архетипические образы, присутствующие во многих видеоиграх. Особенно богаты на ис-

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

пользование архетипических образов и сюжетов видеоигры жанра *RPG*. Так, архетип «зверь» встречается в образах различных существ. Например, в видеоигре *The Elder Scrolls IV: Oblivion* (2006) он представлен в образе минотавра, и здесь очевидны отсылки к древнегреческим сюжетам, или тролля, что приводит нас к скандинавской мифологии. Сам по себе образ зверя олицетворяет силу, природное начало, позволяет человеку, с одной стороны, почувствовать свою инаковость по отношению к природному миру, с другой же стороны, ощутить связь с природой. Не зря в мифологиях народов мира присутствует так много образов животных, символизирующих не только силу, ярость, смелость, но и мудрость, некий природный ум. Помимо этого, некоторые звероподобные персонажи в видеоиграх могут отсылать к образу трикстера, обманщика и хитреца. Такова, например, раса каджитов в серии игр *The Elder Scrolls*, где они часто выступают в роли обманщиков и воров. Как отмечают некоторые исследователи, архетипический образ зверя в какой-то мере актуализирует позабытую связь человека с миром природы, укорененность в мифологическом сознании, с другой же стороны, позволяет ему на время отвлечься от технологического настоящего, которое подавляет человека, и скрыться в фэнтезийном мире [323, с. 187].

Помимо образа зверя можно выделить архетипические образы монстров и чудовищ, например встречающийся образ Медузы Горгоны в играх *Diablo III* (2012) и *Sacred* (2004). Достаточно часто встречаются оборотни и вампиры, которые также имеют архетипические характеристики, связанные как с интенцией внушения страха, так и, например, с отсылкой к сексуальному началу и некоторой мрачной притягательности, связанной с традиционными для европейской культуры образами суккубов и инкубов. Кроме того, современная культура культивирует более агрессивный образ женской сексуальности, который проявляется в видеоиграх и кинематографе, на что обращали внимание современные исследователи [260, с. 50-51]. В этом плане погружение в виртуальный мир видеоигры выступает в качестве акта познания современной культуры, которая концентрируется в игровых сюжетах и образах. Не случайно исследователи обращают внимание на познавательный аспект видеоигр [211].

В видеоигре *Dungeon and Dragons Online* (2006) мы можем встретить целый bestiарий зооморфных существ и монстров, которые отсылают к соответствующим архетипическим образам европейской, иранской и других мифологий. Среди них такие зооморфные монстры, как Сенмурв (*Senmurv*) – волк с крыльями, космический кабан (*Space Swin*) – летающий кабан, встречаются черви и даже монстры, представляющие собой злые органы человеческого организма (что тоже отсылает к животнo-биологическим мотивам).

Довольно распространенным архетипическим образом, представленным в видеоиграх в основном фэнтезийного характера, является образ дракона. Помимо олицетворения силы зла и опасности, дракон часто выступает как проводник некоей древней мудрости. Часто в видеоиграх главный герой и дракон связаны сюжетной линией или проявляют родство по «духу». Так, в видеоигре *Divinity 2: Ego Draconis* (2009) главный герой может перевоплощаться в дракона и управлять им, в игре *Dragon Age: Origins* (2009) дракон выступает олицетворением зла и главным врагом, с которым протагонист ведет сражение. В видеоигре *The Elder Scrolls V: Skyrim* главный герой – Довакин, Ю или драконнорожденный, избранный герой, появление которого было предсказано пророчествами. В его жилах течет кровь дракона, он убивает драконов, поглощая их души, и в итоге сражается с главным злодеем – драконом Алдуином, побеждает его и спасает, таким образом, весь «Скайрим». Здесь присутствуют мотивы тесной связи дракона и героя и даже некий диалектический взаимопереход их качеств. Мы видим, что в данном случае затрагивается древний архетипический образ дракона как амбивалентного мифологического существа, несущего не только зло, но и силу, мудрость и даже легитимацию власти – не случайно образ дракона использовался основателями династий как символ, семиотизирующий их политическую харизму. Как нам представляется, здесь прослеживаются аристотелевские подходы в плане воздействия драматического произведения на реципиента – то, что в поэтике он описывал как эффекты трагедии: сопереживание и последующий душевно-психологический катарсис зрителя, сочувствующего главному ге-

рою. Образы же зверей и драконов призваны в какой-то мере затронуть древние архетипы сознания и сделать погружение в виртуальный мир более качественным, а возможно, даже и затронуть экзистенциальные основания игрока.

Можно выделить архетип мудрого старца, помогающего главному герою. Например, в видеоигре *Neverwinter Nights: Shadows of Undrentide* (2003) главный герой обучается у наставника – бывшего героя, искателя приключений. В качестве яркого примера можно привести мастеров голоса – Седобородых, которые призваны обучить главного героя – драконнорожденного Довакина, героя игры *The Elder Scrolls V: Skyrim*, словам Силы – особым крикам, предназначенным для сражения с драконами. Мотивы старцев-учителей также присутствуют в игре *Dragon Age: Origins*. В ней мы встречаем главу Серых стражей – Дункана, выполняющего роль наставника. Функции наставника в игре – это, как правило, подготовка главного героя к схваткам с врагами. В.Г. Вермишев анализирует мифологическое содержание видеоигр и выделяет структурные компоненты нарратива, присущие многим играм жанра *RPG* с опорой на исследования В. Геннепа [205, с. 132-136]. Он опирается на следующие стадии в рамках сюжета по аналогии со стадиями инициации: сепаративную стадию, стадию исхода, когда герой покидает родной дом, в котором ранее проходил обучение боевым навыкам или жил, лиминальную стадию – временную смерть или уход героя с последующим возвращением [205, с. 134]. Подобная структурная модель – подготовка / исход, исчезновение или преобразование и возвращение, достаточно известна и встречается не только в древних мифах, но и в примерах современного мифотворчества, в том числе в видеоиграх.

Наличие архетипических составляющих в видеоиграх, на наш взгляд, маркирует некую скрытую потребность в присутствии мифического в повседневной жизни. Возможно, современный *homo ludens* нуждается в практиках инициации, катарсисного очищения в ходе сопереживания герою, совершающего подвиги в виртуальном мире игры. Современный человек, наблюдая разворачивание виртуального нарратива, репрезентирующего архетипические об-

разы бессознательного, сопричастен героическим событиям, пусть и таким опосредованным образом.

Мы можем выделить такой архетипический сюжет, как «апокалипсис». Он присутствует во многих видеоиграх как перспектива для всего мира, в случае если герой не предпримет никаких действий либо неудачи его основной миссии. Например, в видеоигре *Deus ex* (2000), выполненной в стиле киберпанк, возможно полное заражение человечества особым вирусом на фоне экологической катастрофы. Сюжет серии видеоигр *Fallout* изображает постапокалиптическое будущее как исходный вектор развития сюжета. Серия видеоигр *Resident Evil* предполагает в рамках сюжета перспективу зомби-апокалипсиса. Также существуют видеоигры стратегического жанра, предполагающие апокалиптический сюжет; например, в игре *Soldiers of anarchy* (2002) развивается идея биологического оружия массового поражения, в результате применения которого большая часть человечества погибла. Наконец, в видеоигре *The Fall: Mutant City* (2011) в качестве апокалиптической отправной точки выступает глобальный террористический акт. Некоторые видеоигры совмещают перспективы будущего с традиционными религиозно-мифологическими представлениями об апокалиптических событиях; например, в игре *Hellgate: London* (2007) повествуется о будущем Лондона в 2038 г., в котором открылись врата в Ад. Также можно отметить игры, где пришествие инопланетян выступает апокалиптическим событием, например *The Swarm* (2008).

Можно выделить архетипический «приход избранного», присутствующий во многих видеоиграх, чаще всего в *RPG*. Сами сюжеты игр данного жанра предполагают фэнтезийный нарратив, пророчества и ожидания героя, избранного, посланника, который способен справиться со злом, предотвратить гибель мира, восстановить порядок и противостоять хаосу. В этом случае очевидны отсылки к мифологическим сюжетам. Достаточно ярко фигура избранного представлена в серии видеоигр «Матрица» (*Enter the Matrix*, 2003; *The Matrix: Path of Neo*, 2005), которые созданы по мотивам фильмов братьев Вачовски. Сюжет имеет достаточно серьезную философскую основу и затрагивает многие значимые вопро-

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

сы классической и современной философии, вплоть до мыслительных экспериментов в духе Ж. Бодрийера. По мотивам фильма существуют даже опыты критического философского анализа [241]. Главный герой Нео – Избранный – должен разрушить «Матрицу» – всемирную сеть, к которой подключены все люди. «Матрица» создает для людей иллюзию современного существования. На самом деле весь мир находится в будущем, и «Матрица» симулирует основное время действия сюжета. Мифологичны герои, окружающие Нео: Морфиус – человек, верящий в особую роль Нео, пробуждающий его ото «сна», Тринити – девушка Нео (очевидны отсылки к христианской религии), пророчица Пифия (интертекстуально ее фигура связана с образом Сократа, историей его жизни и философско-мировоззренческими воззрениями).

Серия видеоигр *The Elder Scrolls* также пронизана мотивами избранного, который поначалу не знает о своем предназначении и является выходцем из социальных низов. Впоследствии оказывается, что у главного протагониста есть особые способности, и в дальнейшем он играет важную роль по спасению всей страны. Интересен данный архетип в плане неизвестного происхождения «избранного», которое либо так и остается неизвестным, либо проясняется. Этот мотив хорошо прослеживается в первой части серии игр *Assassin's Creed* (2007), в которой фигурирует образ фанатика Альтаира ибн Ла Ахада (букв. сын Никого), члена ордена ассасинов. В последующих частях игры этот образ-архетип нивелируется, и рассказываются истории главных героев – Эцио Аудиторе да Фиренце, Коннора Кэннуэя, Эдварда Кэннуэя, Шэя Патрика Кормака и др., что в некоторой мере снижает «архетипическую заряженность» данной серии игр.

В некоторых видеоиграх используется архетипический сюжет грехопадения. Например, в *Assassin's Creed* фигурирует Яблоко Эдема, правда, в переосмысленной форме, в качестве артефакта Предтеч – первых цивилизаций, создавших людей. Первые люди заполучили Яблоко и восстали против создателей. Этот артефакт привлекает властителей всех времен, поскольку дает могущество. Здесь мы видим причудливое переплетение мифологических компонентов христианства и, например, мифа о Прометее, украв-

шем огонь у богов и даровавшем его людям. Кроме того, видеоигра насыщена различными моральными сентенциями, например «ничто не истинно и все дозволено», трактуемыми в библейско-стоическом духе, что, помимо отсылки к традиционным архетипическим сюжетам и событиям, вводит элемент философской рефлексии в сам игровой нарратив.

Помимо архетипа грехопадения можно выделить часто присутствующий мотив теодицеи, трактуемой тоже достаточно эклектично. Так, например, в серии игр *Dark Souls* фигурирует огонь, благодаря которому произошло разделение света и тьмы, соответственно, появились некие образы добра и зла, они трактуются достаточно мифологично. Здесь добро и зло представлены в некоем манихейском ключе, как, впрочем, и во многих подобных видеоиграх, не всегда имеет место личностное понимание и переживание зла. Мы должны понимать, что требовать от продуктов массовой культуры уровня рефлексии, соответствующего наиболее глубоким опытам мысли, например персоналистов или экзистенциальных мыслителей, наивно, однако сама попытка разработчиков привлечь внимание к важным и достаточно глубоким мифологическим сюжетам и архетипам заслуживает внимания.

Помимо архетипов мы хотели бы выделить акротипы виртуального нарратива (от др. греч. ακρος – верхний, крайний) по аналогии с тем, как это делают некоторые исследователи типажей потребительского общества [315, с. 7]. Акротипы связаны с образами-паттернами, укорененными в современной культуре. Выделим некоторые акротипы, которые часто встречаются как в социокультурном пространстве, так и в пространстве виртуальном.

Один из популярных акротипов – «мачо». Мачо – это молодой человек, искатель приключений в мегаполисе (хотя не всегда имеет место современный контекст), «крутой» и находчивый, с ярко выраженными маскулинными чертами, победитель, часто и герой-любовник, носитель харизматических черт. Он преодолевает любые препятствия, уничтожает врагов и достигает поставленных целей. В качестве яркого примера можно привести главного героя Дюка Ньюкема из *Duke Nukem 3D* (1996). Главный ге-

рой – колоритный специальный агент правительства США, брутальный, ироничный, чем-то напоминающий агента 007 Джеймса Бонда из романов Яна Флеминга, однако не такой утонченный и галантный. В этом плане можно говорить и о видеоиграх, где главный герой – сам Джеймс Бонд, например *007 Legends* (2012). В качестве акротиического образа мачо можно рассматривать следующих героев: главного героя видеоигры *Prince of Persia: Warrior Within* (2004); героя МакКри – технологически усовершенствованного ковбоя из онлайн-игры *Owerwatch* (2016); колоритного главного злодея из видеоигры *Far Cry 3* (2012) Вааса Монтенегро. Хорошим примером брутальности может послужить «дуэт» Вергилия и Данте в серии видеоигр *Devil May Cry*. Наконец, брутальный образ Геральта из серии видеоигр *The Witcher* вполне соотносится с акротипом «мачо». Данный акротипический образ наследует черты мифологического героя, мужчины-победителя, героя-любownika и дополняет его образ аспектами, связанными с ценностями общества потребления и современной массовой культуры. Особенно это касается видеоигр, где действие и персонажи принадлежат нашему времени. Данный акротип сублимирует желание современного игрока-мужчины примерить на себя маскулинный образ, которому все по плечу, особенно если в реальной жизни этого сделать не удастся. Сама массовая культура тиражирует образ успешного мужчины, любимца женщин, всегда молодого, сильного и полного энергии. Не случайно серии фильмов, видеоигр и комиксов, связанные, например, с образами Супермена, Бетмена или Джеймса Бонда, изображают этих героев молодыми и неподвластными времени, на что обращали внимание исследователи современной массовой культуры [312, с. 71-81].

Близко к акротипу «мачо» находится акротип «солдата-защитника», борца за справедливость, спасителя, верного боевого товарища. Данный акротип тоже имеет архетипические корни и появляется в образцах массовой культуры достаточно часто. Здесь, на наш взгляд, имеет место феномен трансформации в массовом сознании неких архетипических образов (защитник, герой) и инкорпорирование их в дискурс современной

культуры с нивелированием некоторых архаичных элементов (например, связанных с романтическими чертами, стремлением к истине и т.п.). В качестве примеров можно привести героев серий видеоигр *Battlefield*, *Call of Duty*.

Современный герой-солдат верен своему долгу, однако в случае предательства товарищей или командования настоящий солдат верен своему внутреннему долгу и собственным этическим императивам, что делает этот акротипический образ интересным в плане привлечения внимания к проблеме долга и справедливости в современном мире этического релятивизма. В качестве примера можно привести Райнхарда – технологически усовершенствованного «рыцаря» из *Owerwatch*, героев серии игр *Resident Evil*, главного героя серии *Metal Gear* Солида Снейка. Помимо мужчин встречается и типаж женщины – мужественного солдата, верного долгу. Женскую версию данного акротипа можно найти в образе шпионки Виолетты Сабо в видеоигре *Velvet Assassin* (2009).

Достаточно распространенным акротипом в видеоиграх является образ роковой красоты. Роковая красота, особенно применительно к реалиям современного общества, – это женщина, идущая к своей цели и использующая свою привлекательную внешность для ее достижения. Она обращает на себя внимание мужчин, у нее ярко выражены феминные черты, она умело пользуется этим для получения желаемого, причем мужчины рассматриваются как основной ресурс для достижения цели. Сейчас все чаще присутствует мотив агрессивной женской сексуальности в массовой культуре, этот процесс затрагивает и видеоигры. В качестве примера можно привести весьма типажный образ роковой вдовы – Амели Лакруа из *Owerwatch*. В серии видеоигр *Prince of Persia* мы встречаем образ Кайлины – Императрицы Времени, который репрезентирует данный акротип. Несмотря на время действия сюжетов видеоигр, соотносимое с временем существования Персидской Империи, черты роковой красоты отсылают нас к настоящему. Интересны и семиотические особенности позиционирования данного персонажа – Повелительница времени, над которой само время не властно. Это в какой-то мере

коррелирует с современным культом внешней красоты и вечной молодости. В данной серии мы также можем встретить и еще один образ – Шахди, вполне соответствующей акротипу роковой красоти. В серии игр *The Witcher* многие женские персонажи несут акротипические характеристики, связанные с образом роковой красоти, например Йенифер, Трисс Меригольд. Хорошим примером акротипического типажа роковой красоти может послужить образ Ады Вонг из серии видеоигр *Resident Evil*. Следует отметить наличие в этом образе практически всех характеристик роковой красоти, включая пристрастие к красному цвету одежды, традиционно символизирующее желание обратить на себя внимание.

Часто встречается в видеоиграх акротип, который условно можно назвать «американская мечта». Он предполагает некий сюжетный паттерн, связанный с достижением определенных результатов, выполнением некоей важной миссии, спасением страны, как правило, главным героем, который в начале игры является выходцем из социальных низов, либо его происхождение неизвестно, и игра начинается, например, с нахождения персонажа в тюрьме. Подобным образом выстроено начало в видеоиграх *The Elder Scrolls: Oblivion*, где главный герой начинает игру с заключения в темнице. В похожей обстановке – в темнице для нежити – начинается игровое повествование в *Dark Souls*. Схожим образом начинается и видеоигра *The Elder Scrolls V: Skyrim*, где главного героя, подозреваемого в преступлении, везут на казнь вместе с разбойниками и ворами. Стоит отметить, что главный герой видеоигры *Grand Theft Auto: San Andreas* (2004) также никому не известен и начинает действовать в преступных кругах Калифорнии начала 90-х гг. XX в. Сам по себе акротип американской мечты хорошо коррелирует с развитием игрового действия как такового и «прокачкой» персонажа, которому по мере роста его уровня и мастерства, боевого и иного опыта становятся доступными все новые задания и квесты. Более того, часто в видеоиграх, предполагающих фэнтезийный сюжет, со временем выясняется, что герой, бывший ранее никем, должен выполнить некую важную миссию, что зафиксировано в различных

пророчествах, либо он своими усилиями заработал авторитет и приобрел опыт, необходимые для решения важных с точки зрения игрового нарратива задач.

С данным акротипом тесно связан акротип «супергерой». Можно называть множество примеров видеоигр, в которых фигурируют современные супергерои, типичными из которых являются Бэтмен (*Batman: Arkham Asylum*, 2009; *Batman: Arkham Knight*, 2015 и др.), Человек-паук (*Spider-Man: Friend of Foe*, 2007; *Spider-Man: Shattered Dimensions*, 2010), персонажи вселенной *Marvel* (*X-Men: The Official Game*, 2006; *X-Men: Legends II – Rise of Apocalypse*, 2005 и др.). Конечно, акротип супергероя можно пытаться возвести к мифологическим образам полубогов и героев, однако некоторые авторы предпринимают попытки соотнесения образа супергероя с образом сверхчеловека, тоже, очевидно, имеющим архетипические составляющие – сверхчеловеческие способности, имеющего в ряде случаев внеземное происхождение (Супермен) [189, с. 38]. Однако в акротипе супергероя много составляющих, тесно связанных с современным обществом, в рамках которого культивируются установки на воспроизводимость конформистского потребительского поведения. Супергерой сохраняет и защищает весьма упрощенные этические рамки, вписывающиеся в посткапиталистически-консьюмеристский паттерн.

Супергерой всегда на страже современного общества, установленного порядка функционирования социально-экономических структур. Интересна также и идейная подоплека функционирования такого образа, как, например, Бэтмен. В рамках данного образа мы находим ярко выраженные психоаналитические мотивы. Герменевтически образ Бэтмена – борца с преступностью – это некий дионисийский акротип, более мрачный и брутальный, нежели, например, образы Супермена или Капитана Америки, которые ближе к «аполлоническому» началу, последние – это герои «улыбки».

История Бэтмена – это история драмы и детской психологической травмы Брюса Уэйна, которую он пытается решить, примеряя образ летучей мыши и сражаясь с преступниками и злоде-

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

ями. Психоаналитические мотивы – еще один характерный маркер современного общества, не зря большой резонанс приобретают такие фигуры, как, например, С. Жижек и его эпатажные по-философские марксистско-психоаналитические синтезы. В рамках современного общества «объяснение» травматической природы суперспособностей и очевидные психоаналитические отсылки наряду с героическим образом сверхчеловека-полубога конструируют паттерны, которые обнаруживаются и в политической сфере (харизматические черты образа политика – человека с особыми качествами и часто борца с несправедливостью, с которой некогда столкнулся он сам), в сфере маркетинга и рекламы (товары высокого качества и статусный стиль жизни, образ успешного человека).

Таким образом, архетипы и акротипы виртуального нарратива отражают как архаичные слои сознания, так и идейные основания современного общества. Разработчики видеоигр стараются использовать узнаваемые клише и образы в маркетинговых целях, однако, появляются видеоигры, в рамках которых сюжет не только эксплуатирует избитые и хорошо продаваемые образы, но и актуализирует эффекты восприятия, которые заставляют игроков задуматься, переосмыслить основания своего «вневиртуального» бытия. В этом плане игровой нарратив может выступать в качестве некоего катализатора и гносеологического «посредника», который в современной ситуации «информационного шума», визуальной и аудиальной насыщенности, постоянной нехватки времени привлекает внимание и инициирует процесс размышления над важными философскими вопросами истории и современности.

### § 6.3. Фэнтезийный неомиф Толкиена в видеоиграх

Традиционно феномен фэнтези изучается в науке исключительно как литературоведческий феномен. Например, в краткой литературной энциклопедии В.Л. Гопмана дается следующее определение: «Фэнтези (англ. *fantasy*) – вид фантастической литературы, или литературы о необычном, основанной на сюжетном допущении иррационального характера. Это допущение не имеет логической мотивации в тексте, предполагая существование фактов и явлений, не поддающихся, в отличие от научной фантастики, рациональному объяснению» [217]. Но такое филологическое определение не дает развернутого представления о феномене фэнтези, поскольку фэнтези как жанр широко представлен сегодня не только в литературе, но также в современном кинематографе, музыке, живописи и видеоиграх.

Истоки фэнтези кроются в волшебной сказке и архаическом мифе. В наше время мифология стала важным направлением для научных исследований: «...мифологизм является характерным явлением и как художественный прием, и как стоящее за этим мироощущение» [273, с. 295]. О влиянии мифа на человека в лите-

**Батурин  
Даниил  
Антонович,**  
кандидат философских  
наук, доцент,  
ТГУ, г. Тюмень

ратуре пишет М. Элиаде: «Подчеркнем, что повествовательная проза, и в частности роман, в современных обществах заступила место мифологического рассказа и сказок в обществах первобытных. Больше того, правомерно говорить о мифической структуре некоторых современных романов, можно доказать, что многие значительные темы и персонажи получают новую жизнь в литературном облики. Современное пристрастие к роману выражает склонность к десакрализованным или только лишь скрытым в светских формах мифологическим историям» [330, с. 196].

Как результат, целый ряд мифологических тем повторяется в фэнтези с неизменной закономерностью.

Космогонические мифы о возникновении мира, солярные и лунарные мифы, антропогонические мифы о рождении первых людей, мифы о чудесном рождении, смерти и воскрешении, эсхатологические мифы о конце света – самые распространенные и значимые мифологические мотивы в фэнтези. Известный антрополог П.С. Гуревич, ссылаясь на Э. Фромма, пишет: «В мифе на языке символов выражаются религиозные и философские идеи, передается внутреннее состояние человека, в этом подлинное значение мифа» [222, с. 88]. Так и фэнтези конструирует особые культурные модели, и не просто отдельные аспекты архаического мифа (архетипы посвящения или инициации, жертвоприношения и освящения) и распространенные мифологические сюжеты (героические подвиги, сотворение мира и человека, конец света и др.), а гармонично соединяет их в одно целое, создавая тем самым феноменологические, психологические, антропологические новации.

Таким образом, мы можем предположить, что фэнтези – новый миф (неомиф), в котором конструируется целостная культурная модель, полностью опирающаяся на архаический миф. Ключевое отличие неомифа от традиционного (архаического) мифа заключается в том, что фэнтези создает совершенно новые сакральные пространство и время, новых богов и демонов и, конечно же, новых героев. Подчеркнем, что сам фэнтезийный мир всегда существует в виде некоего допущения, и его законы сильно отличаются от физических законов нашего мира. В фэнтезийном мире существуют боги, колдовство, сказочные существа, привиде-

ния, в общем, всевозможные иррационально фантастические существа. Но есть и принципиальное отличие сверхъестественных существ фэнтези от их сказочных аналогов – в фэнтези эти существа всегда являются социальной нормой описываемого мира и действуют системно, подобно реальным законам объективного мира, что снова роднит фэнтези с древними мифами, так как, словами А.Ф. Лосева, «миф начисто и всецело реален и объективен; и даже в нем никогда не может быть поставлено вопроса о том, реальны или нет соответствующие мифические явления» [266, с. 832]. Конечно, создать новый мир непросто, ведь он должен быть как можно более реалистичным, несмотря на различные допущения и отступления от законов реальной действительности. Структурно-реальная основа вымышленного мира придает ему правдоподобие: «фэнтези стремится представить вымышленную реальность как истинную, измененный порядок вещей – как подлинный облик бытия» [253, с. 109-110].

В качестве примера можно привести известный факт. Профессор Дж.Р.Р. Толкиен, филолог по образованию, при написании своего знаменитого фэнтезийного эпоса «Властелин колец» активно использовал элементы кельтской и германской мифологии: финский эпос «Калевала», скандинавский эпос «Младшая Эдда» и «Старшая Эдда», «Песнь о Нибелунгах». Толкиен сотворил на их основе полноценный вторичный мифологический мир, переосмыслив архаические сюжеты. Вот и получилось, что жанр фэнтези приобрел свойства и элементы мифа, такие как архетипы инициации, жертвоприношения, космогонические и теогонические сюжеты. Это снова возвращает нас к тому факту, что в основе фэнтези лежит архаический миф, переработанный автором в полноценную мифопоэтическую концепцию, основным признаком которой является сотворение вторичного мироздания, где «человек микрокосм в системе макрокосма» [217].

Мифологические герои, символы, ритуалы и общие мифологические модели постоянно выступают как выражение целостности в неомифе. Первоначально тенденция к изучению и анализу неомифа возникла в науке XX в. благодаря распространившемуся учению К.Г. Юнга о коллективном бессознательном и его теории о

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

сопричастности художественного текста к миру бессознательных архетипов, влияющих на автора-демиурга. Как результат художественное произведение, опирающееся на архетипы, приобрело статус самостоятельного мира, неизбежно превращаясь в схему и порождая мифологический подтекст, соединяющий в себе неомифологические концепции и сознание человека. Подобное ощущение мифа в художественном произведении наиболее полно раскрывается в жанре фэнтези, в котором миф служит генетической основой мира, реставрирующей некоторые особенности архаического мышления. Если фэнтези говорит языком мифа, через мир архетипов, убедительно выражает основы мифологической реальности, то мы должны внимательнее присмотреться к фэнтези, будь то фэнтезийный кинематограф, книга или видеоигра.

В генезисе фэнтези важное место занимает язык. Например, анализируя свои произведения («Хоббит», «Властелин Колец», «Сильмариллион», «Дети Хурина» и др.), Дж.Р.Р. Толкиен пытался определить, что появляется в самом начале – сюжет или отображение авторских пристрастий. Он пишет: «Для меня языки и имена неотделимы от моих произведений. Они были и остаются попыткой создать мир, в котором получили бы право на существование мои лингвистические пристрастия. Вначале были языки, легенды появились потом» [308, с. 419]. Дж. Тинклер, исследователь творчества Толкиена, в статье «Древнеанглийский в Ристании» отмечает, что профессор широко привлекает знания истории языка, давая имена героям и названия местам из древнеанглийского. Как пишет сам Толкиен, «придумывание языков является основой. Скорее “истории” создавались для того, чтобы дать языкам мир, чем наоборот. Ко мне сначала приходит имя, а следом уже идет история... “Властелин Колец” для меня... во многом – эссе по “лингвистической эстетике”, как я иногда говорю тем, кто спрашивает меня: “О чем это все?” ...Никто мне не верит, когда я говорю, что моя большая книга является попыткой создать мир, в котором могла бы показаться реальной форма языка, отвечающая моей персональной эстетике, но так оно и есть» [309, с. 264].

Герменевтика фэнтезийного неомифа чаще всего превосходит автора по объему и проникновению в сущность. Так, рассматривая

«персональный миф автора», Ж. Женнет отмечает: «Всякое произведение есть творение множества разных факторов, а не только одного автора. Истинный создатель прекрасного произведения... положительно никто. Это не значит, что писатель совершенно отсутствует в произведении; но произведение существует как таковое лишь постольку, поскольку оно освобождается от этого присутствия, и автор становится автором лишь тогда, когда перестает быть человеком и становится литературной машиной, инструментом, совершающим операции и трансформации» [234, с. 14]. Этому взгляда придерживается и исследователь «Властелина Колец» профессор И. Уотсон, ссылающийся на следующие слова Толкиена: «...порой мне кажется, что не я его создаю, а он “проявляется” через меня, – прежде всего, продукт воображения, а описание этого мира – произведение литературное и, не побоюсь сего слова, дидактическое. Он появился на свет потому, что так было суждено, и должен жить своей жизнью» [309, с. 259]. Сам Толкиен в своей лекции «Тайный порок», прочитанной в Оксфорде в 1931 г., сказал следующее: «Вначале создатель творит мифологию по своему вкусу, а после она сама начинает направлять его воображение и берет своего создателя в плен» [162, р. 164-169].

Истоки фэнтези восходят к 1933 г., когда К.С. Льюис и Дж.Р.Р. Толкиен неофициально возглавили неформальный клуб «Инклинги». Их основной задачей стали обширное исследование кельтской и германской мифологии, эксперимент по синтезу архаической мифологии и христианской теологии. На одной из встреч своего клуба Толкиен и Льюис познакомились с достаточно известным в те времена антропософом О. Барфилдом, специализировавшимся на мифопоэтических формах языка Младшей и Старшей Эдды. Именно благодаря Барфилду Толкиен решается на создание уникального эльфийского языка, на наречии которого разговаривают заимствованные Толкиеном из кельтских мифов эльфы в его фэнтезийном романе «Властелин Колец».

И именно благодаря деятельности «Инклингов» закладываются основные черты архитектоники фэнтези, обращение фэнтези к архаическому мифу, связь фэнтезийных миров с архетипическими формами коллективного бессознательного и самое глав-

ное – сращение фэнтезийного неомифа с мистическими формами мировоззрения, которые глубоко повлияли на Толкиена и Льюиса, отцов-создателей фэнтезийного жанра.

Наиболее ярко фэнтезийный неомиф, сформированный Толкиеном, репрезентирован сегодня в многочисленных видеоиграх, опирающихся на богатый этнографический, филологический и мифологический материал, собранный Толкиеном для своих книг. В современной западной кино- и игровой индустрии сложилась целая франшиза, основанная на его творчестве. Это побуждает нас познакомиться с основными этапами становления фэнтезийного неомифа Толкиена в видеоиграх, оценить его влияние на индустрию игровых развлечений в целом.

Опубликованный 1937 г. издательством *Allen & Unwin* «Хоббит» имел оглушительный успех у английской публики. Это было неудивительно, поскольку написанию «Хоббита» предшествовала глубокая работа с мифопоэтическим содержанием германоскандинавских сказок и легенд. Знаменитая игра в загадки Бильбо и Голлума, например, была вдохновлена древнеанглийской поэмой «Соломон и Сатурн». Некоторые диалоги в «Хоббите» являются парафразами «Речей Фафнира». Эпизод с проникновением Бильбо в сокровищницу дракона – прямая отсылка к знаменитому «Беовульф». Хоббиты, как поясняет сам профессор, «...просто английские крестьяне. Они изображены малорослыми, потому что это отражает свойственную им по большей части скудость воображения – но отнюдь не недостаток мужества и внутренней силы» [249, с. 71].

Вскоре после публикации «Хоббита» профессор получил письмо от *Allen & Unwin*, в котором издательство просило придумать продолжение приключения. Но творческий замысел Толкиена оказывается значительно шире и необычнее: вдохновленный архаической мифологией, он создает уникальную летопись, которая сочетает в себе космогонические и теогонические мотивы. Предыстория Средиземья раскрывает происхождение волшебного мира, вводит в повествование изначального бога-творца Эру Илуватара, повествует об отпадении от творца Илуватара «дьявола» Мелькора-Моргота. Как мы видим, здесь профессор вдохновляется

и творчески интерпретирует знаменитый библейский сюжет о падении денницы из книги пророка Исаи. Далее Толкиен объясняет появление Саурана и рассказывает предание о великой любви бессмертной Лючиэль к смертному воину Берену, повествует о возникновении и падении королевства Нуменор и создании Колец всевластия в форме, как позже расскажет он сам, английской мифологии. Озаглавив свои наброски «Квента Нолдоринва», он отправляет рукопись издателю, однако вскоре получает категорический отказ. Впрочем, Толкиен не расстраивается и начинает писать свой знаменитый цикл «Властелин Колец», параллельно продолжая дописывать мифологические повести, впоследствии получившие название «Сильмариллион». Сборник будет опубликован, но уже после смерти профессора и под редакцией его младшего сына Кристофера Толкина – будущего основателя и директора *Tolkien Estate* – фирмы, владеющей авторскими правами на литературное наследство Толкиена вплоть до настоящего времени.

Что же касается возможных интерпретаций своих трудов, то к ним Толкиен, как правило, подходил очень внимательно. Еще при его жизни, в 1957 г., к нему обратился режиссер Мортон Грейди Циммерман с предложением создать мультипликационный фильм по мотивам «Властелина Колец». Профессор отреагировал в целом положительно: «Что до меня лично, я готов приветствовать идею мультипликационного фильма, при всем риске опошления» [282]. Чуть позже в своих письмах к семье Толкиен высказывает некоторое опасение по поводу качества мультипликационной адаптации. Еще в 1958 г. Толкиен описал свое разочарование сценарием Циммермановской экранизации «Властелина Колец». Режиссер по невнимательности перепутал имена героев книги, превратил волшебника Радагаста Бурого в орла, постоянно ошибался и неправильно называл Боромира. Конечно, Толкиен считал подобные вольности недопустимыми. Как выяснилось, при работе с адаптацией Циммерман так спешил, что даже не считал нужным познакомиться и прочитать первоисточник. Поэтому неудивительно, что Толкиен с горечью раскритиковал данную адаптацию. К сожалению, профессор не доживает и до первой

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

крупномасштабной экранизации «Властелина Колец» режиссера Ральфа Бакши, он умирает до выхода мультфильма, так и не успев оценить его.

Влияние творчества Толкиена на фильмы и видеоигры сложно переоценить. Созданный на основе кельтской, скандинавской и гностической мифологии концепт позволил импортировать в массовую культуру древний пандемониум и бестиарий, на основе которого разработчики видеоигр перенесли в свои виртуальные миры драконов, гоблинов и эльфов с волшебниками и гномами. В среде видеоигр сформировался целый жанр на творчестве Толкиена – *fantasy role-playing games*. *Final Fantasy*, *Pool of Radiance*, *Arcanum*, *Dragon Age*, *The Elder Scroll*, *Ultima*, *Divine Divinity*, *Baldur's Gate*, *Icewind Dale*, *Newervinter Nighths*, *Sacred* – вот неполный список серий игр, основанных на наследии Толкиена.

Как сегодня подчеркивает в своих лекциях профессор К. Олсен, литературовед, специализирующийся на архаической мифологии и творчестве Толкиена, игры – «это интересная, творческая возможность для читателей и потребителей. Сама по себе работа не только увлекает воображение и разум в то, что делает Толкиен, но, претворяя в жизнь толкиеновские работы и персонажей, она позволяет игроку действительно погрузиться в мир – так же как фильмы и книги, но в большей степени» [56].

Хронологически первой видеоигрой по вселенной «Властелина Колец» была небольшая игра в жанре текстового квеста по «Хоббиту», изданная в 1982 г. – *The Hobbit*. Тепло принятая критиками и игровым сообществом, игра получила неожиданное продолжение в виде *The Lord of the Rings Vol. 1* (1990) and *Vol 2* (1992), разработанных уже компанией *Interplay* (рис. 28).

Для адаптации трилогии компания *Interplay Productions* пригласила довольно популярную в 1980-х гг. писательницу Дженнел Джакуэйс в качестве сценариста. Позже она вспоминала в своем интервью: «Мне в общих чертах сообщили, что я могу сделать с игрой в техническом плане, и я написала много материала для них. Я создавала из воздуха вещи, которые имели для меня смысл, но ответную реакцию в действительности получала редко» [56].

Впрочем, сама Джакуэйс до сих пор считает, что со своей работой она справилась аккуратно. Несмотря на то, что видеоигры были высоко оценены прессой, в 1994 г. издательство сворачивает производство игр по лицензии из-за плохих продаж портированной *The Lord of the Rings Vol. 1* на популярную в те времена игровую систему *SNES*.



Рис. 28. Скриншот *The Lord of the Rings Vol. 2* (1992),  
*Interplay Productions / Interplay Productions*

Второе рождение франшиза получает уже в начале XXI в., когда к готовящемуся к премьере кинофильму «Властелин Колец: Братство Кольца» компания *Sierra Entertainment* решает выпустить адаптированную для компьютеров и домашних консолей видеоигру по мотивам «Властелина Колец: Братство Кольца» (*The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring*, 2002). Видеоигра пережила непростой путь разработки и многочисленных смен жанра. Против разработки видеоигры категорически выступал младший сын знаменитого профессора – К. Толкиен. А игра тем временем перешла во владение *Black Label Games* (внутренне подразделение компании *Vivendi*) и была издана 2002 г., получив в основном негативные отзывы (рис. 29).



**Рис. 29.** Скриншот *The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring* (2002), *Surreal Software / Black Label Games*

Чуть позже, в 2003 г. *Vivendi Universal* издаст еще одну игру по франшизе, на этот раз по «Хоббиту». Один из разработчиков *The Hobbit* (2003) как-то расскажет: «Мы все выросли, читая Толкиена, и все мы думали: “О, да! Мы сделаем потрясающую адаптацию. Мы вложили много искренних усилий и любви в создание игры, подлинно изображающей Средиземье”» [56]. Несмотря на хороший настрой разработчиков, сама игра оказалась невысокого качества. *The Hobbit* была выполнена в жанре детского платформера и слишком свободно обращалась с первоисточником. Как результат, после выхода видеоигра сразу получила негативную критику рецензентов и низкие продажи (рис. 30).

Параллельно компании *Vivendi Universal* права на разработку видеоигр по лицензии «Властелина Колец» получает компания *Electronic Arts* (далее – *EA*) и сразу выпускает две успешные видеоигры по мотивам книг и кинофильмов: *The Lord of the Rings: The Two Towers* (2002) и *The Lord of the Rings: The Return of the King* (2003), выполненных в стиле *action* и практически вплотную следующие событиям экранизаций фильмов П. Джексона (рис. 31).



**Рис. 30.** Скриншот *The Hobbit* (2003),  
*Inevitable Entertainment / Vivendi Universal*



**Рис. 31.** Скриншот *The Lord of the Rings: The Two Towers* (2002),  
*Stormfront Studios, Hypnos Entertainment / Electronic Arts*

Вскоре после отличных продаж видеоигр EA решается на эксперимент и финансирует разработку видеоигры «Властелин Колец: Третья Эпоха» (*The Lord of the Rings: The Third Age*, 2004) (рис. 32). Как вспоминает менеджер проекта Эш Мониф, появилась идея создать игру про так называемых «теневых персонажей

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

фильма» – героев, не повлиявших значительно на основной сюжет книг и фильмов. Эксперимент превратился в небольшую ролевою видеоигру с пошаговой механикой, заимствованной из популярного игрового сериала *Final Fantasy*. «Нам пришлось задуматься – будет ли у нашей игры популярный общеизвестный жанр, или у нее? скорее? своя ниша? В конечном счете нам сказали, что необходимо вдохновляться популярной механикой, такой, которую захотят игроки, от которой получают удовольствие и инстинктивно откликнутся. Идея чистой тактической игры на сетке была воспринята как слишком рискованная» [56].



**Рис. 32.** Скриншот *The Lord of the Rings: The Third Age* (2004),  
*EA Redwood Shores / Electronic Arts*

Разработка видеоигры происходила под большим давлением и контролем со стороны издателя, что в итоге критически сказалось на ее качестве и объемах продаж. Тем не менее сама EA не была сильно расстроена провалом *Lord of the Ring: The Third Age*; как оказалось, параллельно с этой игрой компания вела амбициозную разработку проекта по кинолицензии в виде стратегии в

реальном времени *The Lords of Ring: Battle for Middle Earth* (рис. 33), которую EA выпустила в 2004 г. практически одновременно с «Третью Эпохой».



Рис. 33. Скриншот *The Lord of the Rings: The Battle for Middle-Earth* (2004), EA Los Angeles / Electronic Arts

Впоследствии, благодаря хорошей критике и большим продажам этой игры, EA смогла выкупить права на все книги Толкиена и выпустить двумя годами позднее сиквел стратегии, а именно *The Lords of Ring: Battle for Middle Earth II* (2006). Более того, сделка с *Tolkien Estate* была настолько успешной, что EA получила уникальную возможность разрабатывать видеоигры по «Сильмариллиону», несмотря на постоянное противодействие со стороны К. Толкиена. С компании EA были сняты все ограничения по использованию франшизы, и компания запустила в разработку свой самый грандиозный проект «Властелин Колец: Белый Совет» (*The Lord of the Rings: The White Council*), который должен был стать масштабной ролевой игрой в открытом мире от первого лица, ведь в качестве своего основного ориентира EA называла популярную ролевую серию видеоигр в открытом мире *The Elder Scroll*. Тем не менее разработка игры про эпические приключения

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

членов Белого совета, путешествующих по всему Средиземью, была остановлена через год, так как проект потребовал слишком больших денежных вливаний от инвесторов. Как результат, все оставшиеся силы были отданы студии *Pandemic Studios* на разработку мультиплеерной видеоигры *The Lord of the Rings: Conquest* (2009), впрочем, провалившуюся после выхода (рис. 34).



**Рис. 34.** Скриншот *The Lord of the Rings: Conquest* (2009),  
*Pandemic Studios / Electronic Arts*

Тем не менее в 2007 г. игровую франшизу ожидал большой успех. Компания *Turbine* неожиданно выпустила на игровой рынок массовую онлайн-ролеву игру «*Властелин Колец Онлайн: Тени Ангмара*» (*The Lord of the Rings Online*, 2007), основанную на сюжете классической трилогии Толкиена (рис. 35). Как позже рассказывал исполнительный продюсер Аарон Кэмпбэлл, «целью была аутентичность и уважение к материалу. Нам хотелось, чтобы игроки привязались к этому миру и взаимодействовали с ним» [56]. Разработчику удалось обойти все условности из-за отсутствия прав на кинолицензию «*Властелина Колец*». Благодаря хорошей обратной связи с правообладателем книжной лицензии *Tolkien Estate*, у *Turbine* получилось разработать успешную и аккуратную к первоисточнику игру, впоследствии обретшую большую популярность у игроков и разросшуюся на целых пять дополнений.



Рис. 35. Скриншот *The Lord of the Rings Online* (2007),  
*Turbine, Inc. / Turbine, Inc.*

В 2008 г. лицензия на книги и киновселенную перешла к *Warner Brothers. Interactive Entertainment*, и компания сразу же принялась разрабатывать видеоигры по франшизе. В 2009 г. *Headstrong Games* выпускает «Властелин Колец: Поручение Арагорна» – детскую видеоигру, кратко пересказывающую события трилогии (рис. 36).

В 2011 г. выходит «Властелин Колец: Война на Севере» *The (Lord of the Rings: War in the North)* повествующая о судьбе следопытов, сотрудничавших с сыновьями Элронда, выполненная в жанре *hack and slash role-playing game*. Видеоигра аккуратно дополняла события киновселенной «Властелина Колец» и была тепло принята критиками (рис. 37).

Через год выходит клон популярной среди геймеров *League of Legends* видеоигра «Стражи Средиземья» (*Guardians of Middle-earth*, 2012). Также в 2012–2013 гг. выходят обернутые в яркую Lego оболочку игры *Lego The Lord of the Rings* (2012) и *Lego The Hobbit* (2013) от студии *Traveler's Tales*. Видеоигры ориентированы и адаптированы для детской аудитории. Как рассказывал ис-

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

полнительный продюсер *Lego The Lord of the Rings* Никс Рикс, главной задачей разработчиков стал пересказ событий фильмов в форме, доступной для детей (рис. 38).



**Рис. 36.** Скриншот *The Lord of the Rings: Aragorn's Quest* (2010), Headstrong Games, TT Fusion / Warner Brothers. Interactive Entertainment



**Рис. 37.** Скриншот *The Lord of the Rings: War in the North* (2011), Snowblind Studios / Warner Brothers. Interactive Entertainment



**Рис. 38.** Скриншот *Lego The Hobbit* (2013),  
*Traveller's Tales / Warner Brothers. Interactive Entertainment*

Последними на данный момент крупнейшими видеоиграми по франшизе «Властелин Колец» стала фэнтезийная экшн дилогия «Средиземье: Тени Мордора» (*Middle-earth: Shadow of Mordor*, 2013) и «Средиземье: Тени войны» (*Middle-earth: Shadow of War*, 2017), разработанная компанией *Monolith*.

События видеоигр происходят в промежутке между «Хоббитом» и «Властелином Колец». Действие в игре разворачиваются от лица воскресшего после убийства орками рейнджера Талиона и вселившегося в рейнджера духа эльфа Келембримбора – легендарного создателя трех эльфийских Колец Власти (впрочем, в своих играх *Monolith* отступает от канона и изображает знаменитого внука Феанора также и как создателя Кольца Всевластия). Талион, по замыслу создателей игры, бросает вызов Саурону, чтобы отомстить за свою смерть и убийство «Черной рукой» своей семьи. Герой при помощи Келембримбора выковывает новое Кольцо Всевластия, начинает собирать свою собственную армию из орков и демонов для войны с темным владыкой (рис. 39).

Основная идея видеоигры состоит в творческой интерпретации студией *Monolith* традиционной для Толкиена этической проблемы. В мире, придуманном профессором, недопустимо испол-

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

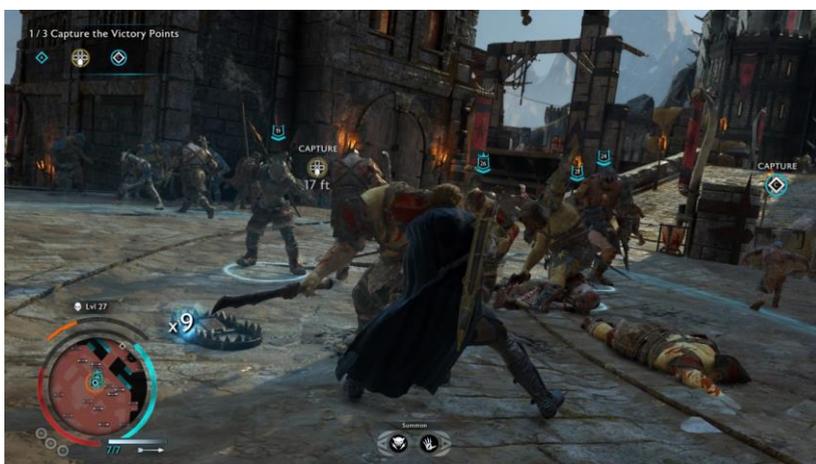
зывать оружие врага против него же самого. Эта тема постоянно обыгрывается во «*Властелине Колец*», например в отказе от Кольца Всевластия волшебника Гэндальфа и королевы Галадриэль: «Нет, не мне! Ужасен Черный Властелин – а ведь я могу стать еще ужаснее. Кольцо знает путь к моему сердцу, знает, что меня мучает жалость ко всем слабым и беззащитным, а с его помощью – о, как бы надежно я их защитил, – чтобы превратить потом в своих рабов. Не навязывай мне его! Я не сумею стать просто хранителем, слишком оно мне нужно. Предо мной – мрак и смерть» [307, с. 60], – говорит Гэндальф Фродо в начале их путешествия. Наиболее полно Толкиен раскрывает эту идею в конфликте Фродо и Боромира, в падении и смерти Боромира, искусившегося властью Кольца. Неудивительно, что именно Боромир и становится протипом главного героя. Сценарист «*Средиземье: Тени Мордора*» Майкл де Платер вспоминает: «Первым делом мы подумали о Боромире. Боромире, который заполучил Кольцо. В сюжете игре мы раскрываем вопрос – а что, если?» [56]. Таким образом, по замыслу разработчиков Талион и игрок вместе с ним, решившие вступить на путь войны и мести, неизбежно становятся злодеями, «тенью позади тени», как говорит геймдизайнер, что обуславливает полезную этико-дидактическую риторику игры для массового потребителя.



**Рис. 39.** Скриншот *Middle-earth: Shadow of Mordor* (2013),  
*Monolith Productions / Warner Brothers. Interactive Entertainment*

Как говорит профессор Олсен, когда его спрашивают о том, что сказал бы Толкиен об игроизациях своих произведений, «думаю, Толкиен был бы заинтересован в видеоиграх. Уверен, у него были бы придирки – он был привередлив, и у него была бы куча уточнений. Да и повсюду оставляемыми лужами крови его не заинтересовать, но это одна из проблем жанра. Потенциально видеоигры – действительно интересная, полезная и многообещающая индустрия для будущих вдумчивых адаптаций» [56].

Сейчас уже более тридцати лет *Tolkien Estate* продолжает удерживать права на наследие профессора, что, впрочем, не останавливает сценаристов и разработчиков видеоигр. Чуть менее года назад студия *Monolith* выпустила *The Middle-earth: Shadow of War*, продолжение *The Middle-earth: Shadow of Mordor*, повествующей о злоключениях рейнджера Талиона (рис. 40).



**Рис. 40.** Скриншот *Middle-earth: Shadow of War* (2017), *Monolith Productions / Warner Brothers. Interactive Entertainment*

Параллельно компания *Amazon* заключила большую сделку, оцениваемую в один миллиард долларов: *Amazon* приобрела у *Tolkien Estate* права на новую экранизацию «Властелина Колец» и готовит крупномасштабное переосмысление вселенной в виде приквела оригинальной трилогии «Властелин Колец». Пожалуй, ни один современный известный писатель не имел настолько обширного и глубокого влияния на кино- и игровую индустрию, как

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

Толкиен. Его творчество долго будет оставаться актуальным и востребованным, провоцируя разработчиков и издателей на новые многочисленные эксперименты.

### § 6.4. «Околоигровые феномены»: бытие vs фантазия

Видеоигры тесно связаны с пространством культуры, которое их порождает. Современная культура достаточно эклектична, она вбирает в себя традиционные элементы массового сознания и элитарной интеллектуальной рефлексии, подвергает их трансформации.

Общество постмодерна, как отмечали многие теоретики, характеризуется мифологичностью сознания. Миф выступает в качестве специфического культурного кода, который пронизывает многие сегменты современного культурного пространства: моду, рекламу, политику, медиа и др., включая видеоигры, которые сейчас активно развиваются и оказывают серьезное влияние на массовое сознание. Сюжеты и образы, существующие в современных видеоиграх, проявляют ту гиперреалистичность, о которой писал Ж. Бодрийяр, критикуя потребительское общество [198, с. 243].

Выводы Ж. Бодрийяра справедливы и в настоящее время, поскольку

*Самойлова  
Елена  
Олеговна,  
аспирант,  
старший преподаватель,  
ПГУ, г. Пятигорск*

современное социокультурное пространство заполнено гиперреалистическими образами – образами сверхреальными, часто отрывающимися от реальности подлинной жизни. Массовая культура поставляет нам образы красивых девушек с эстетизированными формами тела, чертами лица, которые часто отличаются от образов, встречающихся в повседневности. Она тиражирует образы сильных успешных «мачо» – brutальных мужчин с сильными мускулистыми телами, окруженных роскошью, которым всегда сопутствует успех. Современное общество культивирует образ вечной молодости, красоты и неувядающего здоровья. Это также демонстрирует появление симулякров образа жизни.

Данные феномены проявляются, безусловно, и в видеоиграх. Во многих из них используется отличная компьютерная графика, способная не только воспроизводить компоненты обыденной реальности, но и создавать гиперреалистические образы, растиражированные массовой культурой. Примерами могут послужить героини культовых серий видеоигр *Tomb Raider*, *World of Warcraft*, *Assassin's Creed* (рис. 41), *Uncharted* и др. Гиперреалистические образы часто в сочетании с продуманными геймплеем и игровым нарративом становятся не только интересными феноменами с точки зрения «чистой» эстетики, но и объектами купли-продажи, они занимают прочное место в системе рыночных отношений, которые проникают и в виртуальные миры.

Приобретая видеоигру и погружаясь в виртуальный мир видеоигры, игрок получает не только и не столько сам цифровой продукт, сколько возможность примерить на себя роль определенного персонажа, например brutального героя или героини-искательницы приключений, мафиози и т.д. И такой пользователь не только тратит деньги на подобную возможность, но и отдает свое время, частицу своей жизни и своего повседневного существования. Здесь уместно упомянуть работы Бодрийяра, описывавшего феномен «символического обмена» в современном потребительском обществе [196, 197, 198].

Видеоигры оказывают значительное влияние на современную культуру, продуцируя новые феномены культуры – «околоигровые феномены» [211]. Под «околоигровыми феноменами» мы бу-

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

дем понимать феномены, имеющие своим истоком видеоигры и связанные с ними смысловые элементы. К данным феноменам мы можем отнести: косплей (от англ. *costume play* – костюмированная игра, переодевание в персонажа), фанфики (от англ. *fan fiction* – произведения фанатов той или иной видеоигры), арты – рисунки персонажей (и не только), выполненные фанатами видеоигры [295]. В этих феноменах, пожалуй, даже в большей степени, чем в самих играх, проявляются желание и стремление игрока «примерить» образ любимых персонажей, воплотить отдельные стороны виртуального бытия в реальность через физическое уподобление героям, создать свой собственный нарратив или, даже быть автором арт-произведения (чаще всего – художественного), осуществив специфическое со-творчество с авторами сюжетов любимых видеоигр.



Рис. 41. Скриншот *Assassins Creed II* (2009),  
*Ubisoft Montreal / Ubisoft*

Термин «косплей» происходит от английского *costume play*, что переводится как костюмированная игра. Косплей подразумевает перевоплощение в персонажей японских аниме (фильмов), манги (книг), видеоигр. Человек пытается «примерить» на себя образы типичных представителей национальной культуры (самураи, гейши, императоры). В Японии косплей уже стал частью национальной

культуры, и показ косплея происходит на различного рода презентациях, кинофестивалях, аниме-фестивалях, национальных и детских праздниках.

Несмотря на то, что изначально косплей был феноменом только японской культуры (делались косплеи лишь по аниме и манге), сегодня он распространен по всему миру, популярен в США, Европе и России. Во многих странах косплей зарождался вместе с сообществами любителей произведений Дж.Р.Р. Толкиена и научной фантастики, и лишь в XX в. он оформился как самостоятельное направление. Косплей осуществляется сегодня по фильмам, мультфильмам, книгам, комиксам и видеоиграм (рис. 42, 43) [294, с. 678-670].

Косплей – феномен современной культуры, который можно характеризовать как определенный вид игры. Мы можем трактовать косплей с кантрианской позиции. Косплей представляет собой свободную деятельность, т.е. человек выражает через него свою потребность в деятельности в целом. Если сравнивать работу и косплей как вид игровой деятельности, то существует ряд отличий.



**Рис. 42.** Косплей по видеоигре *Assassin's Creed* (2007).

Персонаж: Altair Ibn-La'Ahad. Косплеер: Ю. Шаев

Фотограф: Е. Алешинская



**Рис. 43.** Косплей по видеоигре *Overwatch* (2016). Персонаж: Symmetra.  
Косплеер: Е. Самойлова. Фотограф: Д. Мезенцева

Так, И. Кант отмечал, что работа предпринимается человеком для достижения какой-либо цели, и зачастую сам процесс является отталкивающим и неприятным [246, с. 56]. В игре наоборот – цель как таковая отсутствует, но приятен процесс и погружение в него [там же, с. 56]. Позиции Канта и Хейзинги в этом аспекте совпадают. Однако сегодня мы видим, как косплей становится не просто хобби, но достаточно часто коммерциализируется. Нередко косплееры в погоне за популярностью, получением одобрения и «лайков» воплощают в жизнь не образы любимых героев, а те образы, которые в настоящий момент являются востребованными и популярными.

Сама идентификация с персонажем – один из ключевых элементов косплея. Если косплеер воплощает любимого героя, несомненно, он будет идентифицировать себя с персонажем, соотносить свои личные качества с его качествами и характером, воспроизводить поведение и т.д. Однако если у него несколько любимых героев, то, соответственно, и идентификация будет меняться от косплея к косплею. Существуют косплей-модели – люди, которые примеряют только костюм того или иного героя, не

вживаясь в образ. Такие модели чаще всего не знают оригинального источника и являются своего рода рекламой того или иного продукта. Их мимика, жесты и поведение могут отличаться от таковых у героев и, как следствие, вызывать непонимание, раздражение или даже агрессию у фанатов.

Косплей, как и многие другие проявления массовой культуры, реализует многие императивы современного общества. Взаимосвязь между косплеем и обществом потребления примерно такая же, как у общества и моды: одни вещи устаревают, и им на смену приходят новые, удовлетворяющие потребности человека и приносящие элемент «счастья», часто сводящегося к новым актам потребления.

Помимо косплея довольно популярны в настоящее время фанфики. Фанфики – это рассказы, а иногда и целые романы, посвященные той или иной видеоигре, книге, фильму, аниме и т.д., созданные фанатами. Сами фанфики содержат в себе как элементы оригинального вымышленного мира, так и элементы фантазии автора, которые зачастую не совпадают с оригиналом. Например, фанаты могут в них описывать любовные отношения, которых не было в оригинальном произведении. Поскольку большинство фанфиков ориентировано в первую очередь на поклонников произведения, то необходимо, чтобы читатель был знаком со вселенной, в которой разворачиваются события, и ее персонажами.

Фанфики как фанатская продукция повышают тиражируемость того или иного образа или видеоигры в целом, поэтому производители игр поощряют данные виды творчества, проводя различные конкурсы и соревнования. Например, компания *Blizzard* организовала целую конвенцию для любителей своих игр *Blizz-con*, где проводился конкурс косплея только по персонажам данных игр.

Следует отметить также, что если ранее данные явления носили эпизодический характер, то сейчас они становятся массовыми. Человек должен обладать, как отмечал Бодрийяр, «свидетельствами культурного гражданина» [198, с. 97], чтобы суметь оценить их, т.е. необходимо обладать минимальными знаниями в области видеоигр, аниме, фэнтези и др., чтобы понять их значение.

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

Однако постепенно эти явления становятся частью массовой культуры. Так, в Польше выпустили почтовую марку с Геральтом – главным героем серии игр *The Witcher*. Создатели видеоигры *The Last of Us* (2013) установили в Нью-Йорке несколько зеленых остановок, которые были обвиты лианами, цветами, а на асфальте был размещен логотип игры. Подобное оформление соответствует духу видеоигры, сюжет которой разворачивается в постапокалиптическом будущем, наступившем после глобальной пандемии. Вся территория США заросла джунглями. Воплотить элементы виртуального мира видеоигры в реальной действительности были призваны зеленые остановки. В Сингапуре, Париже и Нью-Йорке были установлены гигантские статуи с часами, изображающие главных героев игры *Overwatch* (2016), и часы отсчитывали время до ее официального выхода. Интернет-среда также была насыщена символами игры *Overwatch*: ее герои красовались на главной странице сайта «Яндекс» и менялись каждый раз, когда пользователь обновлял страницу.

Игровая индустрия и общество в целом влияют на развитие «околоигровых феноменов». Как в моде определенные вещи устаревают, так и в косплее некоторые фендомы (от англ. *fandom* – фанатские сообщества), источники или произведения, по которым создается косплей, утрачивают свою популярность и признаются «олдскульными» (от англ. *old school* – старая школа). В рамках логики символического обмена такой косплей будет менее выгодным, поскольку он не будет набирать столько же лайков и оценок, как косплей по новым, популярным фендомам, даже если выполнен достаточно качественно. В связи с этим организаторы выставок и мероприятий заинтересованы в том, чтобы их продукты, как и саму выставку, рекламировали косплееры, не только воплощающие качественные и детальные образы, но и остающиеся в «тренде», делающие работы по популярным и современным источникам. Например, к моменту выхода игры *Overwatch* в сети Интернет уже насчитывалось несколько десятков косплееров, делающих персонажей из данной игры, а к моменту выхода фильма о серии игр *World of Warcraft* в сети также стали все чаще появляться косплеи на героев данной серии игр. Иногда после выхода

успешной видеоигры, точнее после ее апробации пользователями или изучения ее критиками, блогерами и другими представителями СМИ, т.е. с момента старта ее популяризации, также увеличивается число косплееров, которые воплощают как «каноничные» образы, т.е. облики героев, которые встречаются в игре, так и «оригинальные», т.е. образы, созданные по мотивам видеоигры или артам, или даже основанные на личном видении косплеера.

Другие же фендомы, наоборот, набирают популярность в связи с множеством факторов, ключевым из которых является эффективная рекламная кампания производителя. Например, одной из самых интересных и успешных стала рекламная кампания игры *Rise of the Tomb Raider* (2015) в Лондоне. В рамках кампании стартовал конкурс на выживание, в котором мог принять участие любой желающий. Из большого количества заявок были отобраны восемь человек, которые должны были круглосуточно стоять на уличном билборде в любую погоду. Конкурс продолжался до тех пор, пока на щите не остался один, самый стойкий боец. Такие кампании подогревают интерес к игре, а также вызывают желание у геймера проявить себя, стать героем его любимой игры в реальном мире.

Также компании-разработчики часто предоставляют возможность косплеерам представлять их продукт на различных презентациях и конвентах, тем самым привлекая большее количество клиентов к своей продукции. Для косплееров это шанс показать себя, познакомиться с влиятельными в данной среде людьми, да и просто получить награду или похвалу за свое творчество. Более того, зачастую компании, которым интересен косплей, выпускают специальные электронные разработки, книги, арт-буки, посвященные персонажам их вселенных, где они описаны вплоть до мельчайших деталей: внешний вид, оружие, способности, история и т.д. Это позволяет еще до релиза видеоигры познакомиться с героями, а для косплееров – выбрать себе понравившегося героя для предстоящего косплея. Подобные разработки существенно облегчают воплощение образа, поскольку содержат в себе цветовую гамму костюма, кожи и волос, детализируют оружие, показывают персонажа во всех деталях. Так, например, компания *Bliz-*

*zard Entertainment* до выхода видеоигры *Overwatch* опубликовала такие буклеты на сайте, что ускорило появление косплея по их играм в несколько раз. Компания *Ubisoft* поступила подобным образом перед релизом видеоигры *Assassins Creed: Origins* (2017), опубликовав электронные пособия с детальным разбором ключевых персонажей на веб-сайте игры.

Вместе с развитием косплея развивается и феномен донаторства – финансовой помощи, спонсорской поддержки и покровительства фанатами творчества того или иного косплеера. И, как следствие, появляется «заказной» косплей, когда донатор оказывает финансовую поддержку косплееру для воплощения образа его любимого героя. Существуют даже отдельные сайты (например, *Patreon.com*), при помощи которых фанаты могут оказывать финансовую поддержку для создания определенного образа, а также заказать тот образ, который они хотели бы видеть. Такой контент будет эксклюзивным только для заказчика и зачастую больше нигде не публикуется. Иногда компании-разработчики видеоигр просят уже известных косплееров создать тот или иной образ для раскрутки новой видеоигры или новой серии. В таком случае компания предоставляет финансовую поддержку или необходимые материалы для реализации образа. Таким образом, феномен донаторства можно рассматривать в качестве своеобразного социального заказа на те или иные образы.

Стремление косплеера заработать популярность и сетевое одобрение также зачастую влияет на выбор им фендома и персонажа. Ключевым феноменом современной массовой культуры становится культ тела. Значимость тела, его красоты, изящества и что, самое главное, «подажи» возросла в несколько раз. Появляется отдельное направление – эро-косплей, который может быть как «каноничным», так и «намеренным», когда косплееры эротизируют персонажей видеоигр, аниме, кинофильмов, которые изначально не являлись таковыми. Например, в серии видеоигр *The Witcher* существует несколько эротизированных обликов (включающих нижнее белье) для главных героинь, а также сама игра изобилует «постельными сценами». В «намеренной» эротизации осуществляется фантазия косплеера: как выглядел бы тот

или иной персонаж без одежды или в «постельной сцене». Например, многие иностранные косплееры эротизируют героинь Диснея.

Грань между эротикой и эротизацией образа достаточно тонкая. Однако если эротика – это чувственное изображение частично или полностью обнаженных персонажей видеоигр (которые изначально были обнажены или имели откровенный костюм и т.д.), то эротизация – это придание чувственности тем персонажам, которые изначально таковыми не являются.

Конечно, откровенную эротику можно встретить на специализированных сайтах, где роль косплееров выполняют профессиональные модели. Однако зачастую именно эротизация образа становится ведущим лейтмотивом при выборе персонажа. Некоторые косплееры даже могут получать «патронов», покровителей своего творчества и зарабатывать деньги на красоте своего тела, при этом воплощая персонажа. В таком жанре косплея костюм и эмоциональная подача образа персонажа отходят на второй план, и ключевым фактором, ведущим к успеху, становится эстетизация тела.

Сами видеоигры подталкивают к этому. Большое количество культовых героинь видеоигр предстают перед нами обнаженными, носят сексуальные наряды. Такие эротизированные образы являются «каноничными» и не вызывают негативной реакции у поклонников игр, а зачастую и, наоборот, собирают большое количество лайков. Можно говорить об эротизации не только женских образов, но и мужских. Красивое мужское тело все чаще появляется в видеоиграх (пока в основном в японских), а это ведет к увеличению количества косплееров-мужчин, которые воплощают данные образы.

Эротизация прослеживается не только в среде косплееров, она пронизывает всю массовую культуру. В фанфиках также могут описываться эротические сцены между персонажами, а арты – изображать героев и героинь видеоигры в эро-костюмах или вообще без таковых. Причем зачастую арт-работы настолько реалистичны, что достаточно трудно сказать, рисунок ли это или фотография реального человека. Эротические образы – это растиражированный товар, привлекающий внимание в первую очередь

## 6. Видеоигры: миф или реальность?

молодежи – основных пользователей социальных медиа и Интернета. Именно они оценивают данные образы, ставят «лайки», подписываются и следят за творчеством эро-художников и эро-косплееров. Зачастую данные образы могут раздражать обычных фанатов, поскольку представляют их любимых героев в «ином свете» и тем самым искажают привычный для них образ.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что видеоигры активно воздействуют на современную культуру. Они постепенно меняют социальный и культурный ландшафт, производят новые феномены культуры, как, например, косплей, фанфикшн и др., которые в настоящий момент функционируют в контексте общества потребления. Данные феномены помогают раскрыть творческий потенциал человека и воплотить элементы виртуального мира видеоигры в актуальной действительности. Однако и в них потребительский компонент приобретает сегодня все большее значение. Несмотря на то, что они все также наделены эстетическими смыслами, они функционируют среди элементов рыночной конъюнктуры, что характерно для современного культурного производства в целом.

## 7. ВИДЕОИГРЫ И РЕЛИГИЯ



### § 7.1. Создание узнавания: репрезентация религии в видеоиграх

Исследование религии в видеоиграх – тема относительно новая даже на фоне молодой дисциплины – *game studies*, но при этом развивающаяся достаточно динамично. Первые большие труды, посвященные этому вопросу, появляются только в начале 2010-х гг. Это такие монографии, как *Halos and Avatars: Playing Video Games with God* [88] и *eGods: Faith versus Fantasy in Computer Gaming* [21]. Несколько позже их дополнили книга *Playing with Religion in Digital Games* [133], и специальные издания «Гейдельбергского журнала религии в Интернете», посвященные теме видеоигр: *Religion in Digital Games: Multiperspective and Interdisciplinary Approaches* [140], *Religion in Digital Religion in Digital Games Reloaded: Immersion into the Field* [141] и, уже относительно недавно *Religion in Digital Games Respawned* [141].

В рамках этих и других работ, появившихся в последнее десятилетие,

**Мойжес  
Леонид  
Владимирович,**  
аспирант,  
РГГУ, г. Москва

затрагивалось множество тем, связанных с религией и виртуальным пространством, от рассмотрения выдуманных религий, созданных в рамках конкретных игр, до социологических исследований религиозных игроков в многопользовательских *RPG*. Но цель данного текста состоит в том, чтобы предложить описание того, как видеоигры представляют религию в целом, предлагают ли они какой-то собственный взгляд на это явление, и как этот взгляд соотносится с контекстом современной культуры.

Анализ репрезентации религии в рамках видеоигр – задача проблемная по двум причинам.

Во-первых, это фактический объем материала. Религиозные сюжеты, религиозные герои, виртуальные репрезентации реально существующих или выдуманных религий, понятия, заимствованные из мифологических традиций, – все это широко представлено в рамках медиума. Нет ни одного жанра видеоигр, где не существовало бы проектов, отсылающих к той или иной религиозной традиции хотя бы в деталях. Причины для такой ситуации многообразны и требуют отдельного рассмотрения. Можно упомянуть и общую популярность религиозных сюжетов в массовой культуре, и даже концепцию Хейзинги, который связывает игровое и религиозное поведение [321]. В заключительной части этой главы я попробую предложить собственное объяснение, исходящее из свойств видеоигр как медиума и сложившегося культурного контекста, в котором они возникают.

Вторая проблема, встающая при попытке исследования религии в видеоиграх, тесно связанная с первой, – это проблема разнообразия. И видеоигры, и религиозные традиции – явления очень разнородные сами по себе. Говоря об их пересечении, мы включаем в обсуждение и глобальную стратегию *Crusader Kings 2* (2010), позволяющую поиграть за средневекового феодала, и шутер *Doom*, где игрок берет на себя образ морского пехотинца из будущего, отражающего нашествие демонов на марсианскую базу, и симулятор бога *Black and White* (2011). Какие-то игры строятся вокруг открытого противостояния персонажа игрока и каких-то религиозных институтов, другие, напротив, позволяют взять их под свой контроль, поиграть за жреца или даже за божество. Кро-

ме того, сами религиозные традиции транслируются в видеоигры очень по-разному.

Но все эти разнообразные и разнородные элементы создают удивительно цельную и последовательную картину религии, соответствующую идеологии классического секуляризма. Во множестве проектов, включая те, где религиозные персонажи и организации выступают в качестве протагонистов, логика или, вернее, идеология игры является откровенно секулярной. Употребляя это понятие, я подразумеваю два важнейших фактора. Во-первых, утверждение необходимости, естественности и полезности разделения мира на «светскую» и «религиозную» части. Во-вторых, позиционирование светской части как нормальной, стабильной и в конечном итоге положительной, а религиозной – как ненормальной, подавляющей и агрессивной. Для того, чтобы продемонстрировать эту тенденцию, я постараюсь проанализировать репрезентацию религии в рамках трех популярных жанров: шутеров, глобальных стратегий и *RPG*. При этом я опираюсь в первую очередь на концепцию «резонанса» предложенную исследователем видеоигр Адамом Чапманом.

Понятием, вокруг которого строится идея резонанса, является узнаваемость. Возможность опознать знакомый образ благодаря тому, что мы ранее встречались с ним, играет ключевую роль в нашей культуре, о чем писали еще представители семиотической школы, такие как Ролан Барт [186]. В случае с видеоиграми важность культурного контекста сопоставима, а порой оказывается выше, чем в случае любого другого медиума. Так, игра *Dune II* (1992), популяризовавшая жанр стратегий в реальном времени, является видеоигровой адаптацией знаменитой фантастической книги «Дюна» писателя Фрэнка Герберта. Весь жанр ролевых игр (*RPG*) восходит к попыткам перевести в виртуальный формат такое явление, как настольные ролевые игры, которые, в свою очередь, уходят корнями в литературу фэнтези. Видеоигры как на уровне отдельных проектов, так и на уровне глобальных трендов часто служат продолжением неигровых или нецифровых текстов и практик.

Еще один пример – вышедшая в 1999 г. игра *Medal of Honor*, в работе над которой принимал участие режиссер Стивен Спил-

берг. Его задача официально состояла в том, чтобы сделать игру максимально близкой к военным картинам вроде «Спасти рядового Райана» [158]. Это стремление «сблизить» видеоигры и формы культуры, на которые они опираются, отражается даже в названии многих жанров, определяющих себя как «симуляции»: симулятор пилота, симулятор врача или, что любопытно, симулятор бога.

Важно подчеркнуть, что видеоигры при этом связаны не только и не столько с какими-то реальными событиями и явлениями. Основным источником вдохновения для них является то, что исследовательница современной культуры Дэниэлла Кирби назвала «фантастической средой» (*fantastic milieu*) [107]. Это совокупность идей, образов, героев и сюжетов, эстетических решений, концепций и понятий, которая существует в границах массовой культуры «между» конкретными авторами с их произведениями и фанатским сообществом. При этом как первые, так и вторые постоянно обогащают «среду» новыми элементами, а также заимствуют из нее, обеспечивая, таким образом, циркуляцию идей.

Конечно, не только видеоигры взаимодействуют с этим культурным пространством – фактически любое жанровое произведение неизменно включено в «фантастическую среду» вне зависимости от желания своих создателей. Но видеоигры используют ее возможности особенно активно. Множество проектов ставит своей целью повторить для игрока какой-то опыт, с которым он до этого мог сталкиваться на экранах телевизоров или страницах книг. Так, серия игр *Mass Effect* открыто заимствует идеи из популярных сериалов в жанре «космооперы», давая игроку шанс опробовать себя в амплу, сходном с любимым героем.

Идея резонанса, предложенная Чапманом, позволяет систематизировать взаимодействие между играми, узнаваемостью и фантастической средой. Как пишет сам автор, резонанс – ощущение, возникающее у игрока, когда он сталкивается в рамках игры с чем-то, отсылающим к явлениям за пределами игры [51]. Примером резонанса является узнавание игроками сцены знаменитых исторических битв в шутерах от первого лица вроде вы-

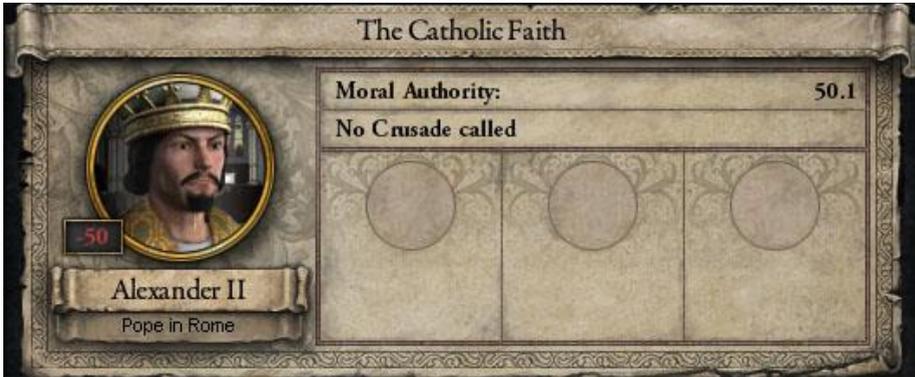
садки на пляже Омаха, присутствующей во множестве игр, посвященных Второй мировой войне.

Сама по себе эта идея не нова. Принципы возникновения резонанса прекрасно укладываются в логику Барта, что упоминает и сам Чапман. Но он вводит более частный случай этого явления, уникальный для видеоигр как средства высказывания – так называемый «конфигуративный резонанс» [51, р. 14]. Это резонанс, создаваемый самим игроком благодаря определенной стратегии игры, при которой он принимает решения, позволяющие добиться какой-то цели, продиктованной неигровыми соображениями. Например, в исторической стратегической игре пытается захватить те территории, которые должны принадлежать его нации согласно реальной истории. Легко заметить, что конфигуративный резонанс является уникальной чертой видеоигр, обусловливаемой таким их свойством, как интерактивность.

Важно подчеркнуть, что конфигуративный резонанс не является чем-то внешним по отношению к игре. Разработчики стремятся предугадать и направить пожелания игрока в ту или иную сторону, используя при этом все тот же культурный контекст. К примеру, игра *Crusader Kings 2*, лишенная явного сюжета, снова и снова склоняет игрока к тому, чтобы вести религиозные конфликты между христианами и мусульманами (рис. 44). Так, решение об участии в Крестовом походе для игрока, играющего за католического правителя, оказывается, с одной стороны, конфигуративным, так как формально оно принимается им самим, и он волен этого не делать. Но в то же время игра через игровую прагматику, сопутствующую информацию и отсылки к неигровым соображениям (конкретно к нашим представлениям об истории Средних веков) склоняет игрока к этому решению.

Эти соображения заставляют меня ввести отдельный термин, дополняющий концепцию Чапмана – **конфигуративный потенциал**. Конфигуративный потенциал игры или отдельного ее сегмента – это совокупность осмысленных возможностей, которыми игрок обладает в рамках этой игры или ее части. Именно большой конфигуративный потенциал обычно ассоциируется у игроков с такой категорией, как «свобода» в видеоигре. Но «мас-

штаб» потенциала является относительной величиной – в каждом конкретном случае число вариантов менее важно, чем различие между ними и гипотетическим набором «всех возможных вариантов развития событий». Но, что особенно важно, последняя категория, в свою очередь, формируется не только и не столько внутренней логикой самой игры, сколько культурой.

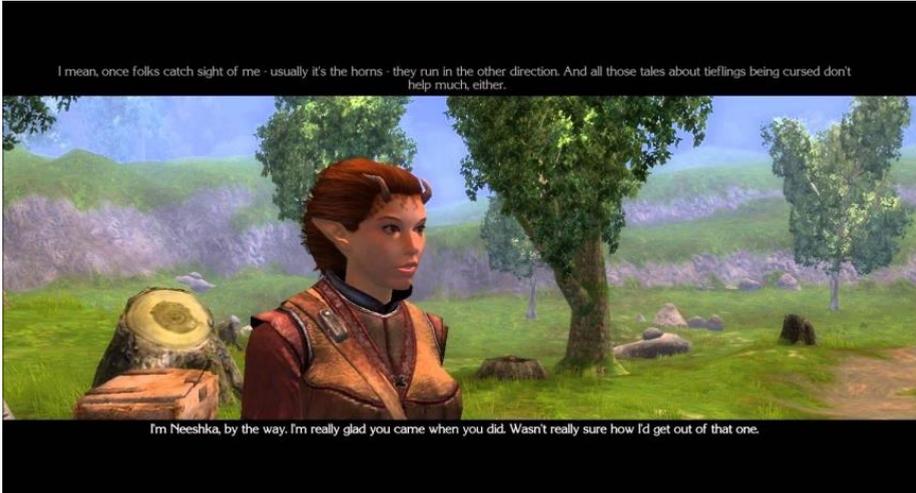


**Рис. 44.** Скриншот *Crusader Kings 2* (2012),  
*Paradox Development Studio / Paradox Interactive*

Например, в рамках игры *Crusader Kings 2* не существует возможности для создания новой, не имевшей аналогов в истории христианской ереси. Это противоречит как установке игры на большую свободу для игрока, так и каким-то историческим соображениям.

Учитывая тесную связь между религиозными доктринами, политической ситуацией и культурным контекстом, масштаб отклонений от реальной истории, характерный для любой партии в *Crusader Kings 2*, не только позволяет, но, в теории, подразумевает возникновение каких-то новых, неизвестных нам учений. Однако этого не происходит без какого-либо ущерба для кажущейся свободы и внутренней логичности игры. Это возможно благодаря тому, что ее конфигуративный потенциал сравнивается игроками с общекультурными представлениями о Средневековье. Соответственно, ереси воспринимаются не как реакция людей на окружающую реальность, а как цельные явления, произвольно возникающие в разных частях мира.

Важно отметить, что ощущение недостаточности конфигуративного потенциала также обусловлено культурно. Примером провала в этой сфере являются романтические сюжеты в ролевой игре *Neverwinter Nights 2* (2006), действие которой происходит в мире «высокого фэнтези», вдохновленного классической ролевой системой *DnD* (рис. 45).



**Рис. 45.** Скриншот *Neverwinter Nights 2* (2006),  
*Obsidian Entertainment / Atari*

Игра получила в целом высокие оценки в прессе, но представленные в ней любовные сюжеты, которые могут разворачиваться между главным героем и двумя его спутниками (паладином Касавиром и эльфийкой Элани) часто становятся объектом критики. Хотя сами эти романы, несомненно, выполнены на достаточно хорошем уровне, важно подчеркнуть, что одной из линий критики являются обвинения в ограничениях и недостаточном выборе. Игроки указывают на наличие в игре целого ряда других компаньонов, с которыми они предпочли бы начать отношения, и жалуются на отсутствие такой возможности.

На мой взгляд, в данном случае мы видим типичную ситуацию недостаточного конфигуративного потенциала. В силу временных и финансовых ограничений разработчики не смогли ввести в игру все романтические линии, которые изначально были

запланированы. Но сами персонажи уже появились и были сделаны так, чтобы содержать определенные «маркеры», обозначающие их как потенциальных партнеров главного героя. Игроки, опираясь на каноны игр и книг в жанре «высокого фэнтези», опознавали эти маркеры – и оказались разочарованы, фактически обмануты тем фактом, что они ни к чему не вели. Характерно, что более старая *Baldur's Gate II: Shadows of Amn* (2000), в которой процент героев, доступных для отношений, от общего числа спутников был таким же, не заслужила подобной критики. Это можно объяснить именно большим совпадением ожиданий игроков, продиктованных культурным контекстом, и представленным в игре материалом.

Вокруг концепций резонанса и конфигуративного потенциала и будет выстроен этот материал. В первой части я поговорю об играх, опирающихся на «обычный» резонанс: экшенах и шутерах. Они делают высказывания о религии через визуальные, аудиальные и сюжетные образы. Во второй – о глобальных стратегиях, где на первое место выходит резонанс конфигуративный. Они позволяют говорить о том, какие игровые правила используются для симуляции различных религий.

Это разделение перекликается с тем, которое вводит в своей книге Чапман, исследовавший репрезентацию истории в рамках видеоигр. Он выделял два подхода к репрезентации своей темы: «реалистичный», в рамках которого упор делается на точную визуальную репрезентацию, и «концептуальный», позволяющий игроку взаимодействовать с более абстрактными категориями, вроде «времени» или «культуры», чтобы лучше понять исторические закономерности [51, p. 59-60].

Наконец, в заключительной части я сосредоточусь на конфигуративном потенциале в *RPG*, посмотрю, о каких сторонах религии современные видеоигры не говорят и благодаря чему эти скрытые стороны религии остаются не замечены геймерами, а их отсутствие не вызывает никакой критики.

## § 7.2. Стратегии репрезентации религии: псевдо-реалистичная, концептуальная, смешанная

Самым очевидным уровнем высказывания, который предполагает современная игра, является трактовка сюжета, диалогов и визуальных образов, возникающих на экране. В книге Чапмана стратегия репрезентации, опирающаяся на соответствующие приемы, носила название «реалистичной».

Учитывая, что в случае анализа религии необходимо затронуть игры, действие которых происходит в очевидно вымышленных мирах, я предлагаю использовать термин «псевдо-реалистичный». Эта категория включает в себя не только восприятие чисто визуальных образов на экране, но также сюжета, аудиального сопровождения, чтение текстов и просмотр роликов. Приставка «псевдо-» в данном случае не несет никаких негативных коннотаций, но просто обозначает, что в большинство игр, использующих эту стратегию, не претендует на реализм в строгом смысле. В то же время в своем стремлении к созданию внутренне логичного мира их разработчики используют те же методы, что и создатели «реалистичных» игр (внимание к визуальным деталям,

*Мойжес  
Леонид  
Владимирович,  
аспирант,  
РГГУ, г. Москва*

правдоподобие изображения), что позволяет объединять эти проекты в единую категорию.

В случае с этими играми на первое место выходит тот факт, что концептуально игрок в них находится в пассивном положении. Хотя он играет в игру, совершаемые им выборы не модифицируют заложенное в нее высказывание. Типичным примером игр, обращающихся к такой стратегии репрезентации, являются шутеры вроде серий игр *Doom*, *Medal of Honor*, *Half-Life* или *Call of Duty*.

Когда данные игры вообще делают высказывание о религии, они предпочитают ее «показывать», закладывая свои высказывания в ролики, сюжеты и визуальную эстетику героев, их помощников и противников. Чаще всего в этом жанре можно увидеть подобные высказывания об исламе. После терактов 11 сентября мусульманские террористы являются одними из наиболее популярных противников в шутерах и единственными, демонстрирующими эксплицитные религиозные мотивы.

Общая канва подобных игр достаточно проста. Игрок берет на себя роль американского военного, который должен противостоять террористической угрозе, как правило – на территории какой-то страны Ближнего или Среднего Востока. Конкретные игры могут сильно варьировать, где-то предлагая более напряженный и комплексный сюжет, как в *Medal of Honor: Warfighter*, где-то, как в случае *Kuma | War* (2004), делая ставку на реализм (рис. 46).



Рис. 46. Скриншот *Medal of Honor: Warfighter* (2012), *Danger Close* / *Electronic Arts*

Существует даже своего рода «деконструкция» подобных игр – *Spec Ops: The Line* (2012), вдохновленная фильмами вроде «Апокалипсис сегодня» и сосредоточивающаяся на ужасах войны на Ближнем Востоке. Эта игра, хотя и получила высокие оценки, изменить жанр не смогла.

О проблеме изображения мусульман в видеоиграх много писали специалисты в *game studies*, такие как Йен Богост [31] или Вит Шицлер, выпустивший целый ряд статей по данной теме (см. напр. [153]). Их общее мнение сводится к тому, что американские видеоигры изображают мусульман как примитивных идеальных «Других». Таким образом, видеоигровая индустрия опосредовано служит оправданию агрессии США на Ближнем Востоке. Важным высказыванием, сосредоточивающимся именно на религиозной стороне вопроса, является статья Кэтрин Тратнер «*Critical Discourse Analysis: Studying Religion and Hegemony in Video Games*». Анализируя игру *Medal of Honor: Warfighter*, Тратнер выделяет основные черты того дискурса об исламе, который задают подобные шутеры [163]. Дополнив ее наблюдения своими, я хотел бы выделить следующие характеристики «виртуального ислама».

Во-первых, эта религия изображается как неизбежно политизированная. Политический, если быть точным, антизападный пафос ставится в этих играх на первое место и позиционируется как естественная и важная часть данной религии.

Во-вторых, конфликт в игре идет именно с исламом, а не, например, с арабскими националистами. Игры активно используют мотив международных террористических организаций в сюжете, подчеркивая интернациональный характер исламистской угрозы, не привязанной ни к одному конкретному государству, хотя и локализованной на Ближнем Востоке. Аналогично цели главных антагонистов в таких играх продиктованы логикой международной террористической организации, а не, например, защитой интересов собственной страны и народа.

В-третьих, исламу в игре уделяется, как ни парадоксально, очень мало внимания. Как справедливо отмечает Тратнер, «ислам является не больше, чем двигателем антизападного терроризма» [163]. Конкретные молитвенные практики, даже чрезвычайно из-

вестные, коранические цитаты или элементы мусульманской этики оказываются полностью за пределами подобных видеоигр. Характерно, что они не включают даже клише, которые можно было бы легко встроить в основной игровой процесс, усиливая общую антиисламскую повестку, вроде террористов-смертников или пропагандируемой массовой культурой любви мусульман к холодному оружию.

Наконец, самый важный, четвертый пункт состоит в том, что конфликт в таких играх разворачивается между религией ислама и всем остальным, нормальным миром как таковым, а не между, например, арабской и американской цивилизациями или мусульманами и христианами. Хотя в том же *Medal of Honor: Warfighter* позывной главного героя – *Preacher* (проповедник), в игре причины этого никак не раскрываются. Мы не получаем даже формальных указаний на его религиозную принадлежность, тем более не узнаем, осмысляет ли он в каких-то религиозных категориях военный конфликт.

Фактически видеоигры изображают американскую армию даже более секуляризованной, чем она есть на самом деле, исключая, например, фигуру армейского капеллана из сюжета или игрового процесса. Еще более показательным фактом является то, что положительные или просто неотрицательные персонажи, происходящие с Ближнего Востока, практически никогда не бывают служителями культа.

Таким образом, в рамках шутеров, затрагивающих тему ислама, мы видим довольно последовательно конфликт «секулярное общество против религии». Что характерно, секулярное общество при этом выступает как жертва: хотя события подобных игр происходят на Ближнем Востоке, т.е. в преимущественно мусульманском регионе, на уровне общего сюжета и отдельных заданий игроку постоянно подчеркивают, что он – защитник и спасатель, который сражается за нормальный миропорядок. А террористы пытаются вторгнуться в него и разрушить тем или иным способом, в масштабах одной страны или всего мира.

Но особенно примечательно то, с какой легкостью этот же дискурс перестраивается под другие религиозные традиции, такие

как христианский фундаментализм. Относительно недавно вышла игра *Far Cry 5* (2018), посвященная противостоянию между помощником шерифа (под руководством игрока) и организацией христиан-радикалов, захвативших власть в уединенной части американского штата Монтана (рис. 47). В репрезентации христиан-фундаменталистов мы встречаемся с точным повторением всех приведенных выше характеристик репрезентации ислама.



Рис. 47. Скриншот *Far Cry 5* (2018), *Ubisoft Montreal / Ubisoft*

Христианство изображается как исключительно политизированная традиция, озабоченная проблемами государств и обществ. Главный конфликт в игре разворачивается между секулярным миром, который воплощает главный герой, чью религиозную принадлежность мы так и не узнаем, и христианскими фундаменталистами. При этом их ритуальная и, собственно, религиозная жизнь обозначена лишь самыми общими высказываниями.

Подобным образом выстроены сюжеты и конфликт еще одной игры – *Bioshock: Infinite* (2013). Эта игра также противопоставляет главного героя группе радикальных фундаменталистов (рис. 48).

Нужно отметить, что в случае с *Far Cry 5* и особенно *Bioshock*, игрок получает несколько больше информации о самих традициях, с которыми сражается, сталкиваясь с указаниями на их основные ритуалы, «святых» и традиции. Однако сами по себе эти эле-

менты только укрепляют остальные характеристики. Так, «свя-  
тые» в *Bioshock* – это отцы-основатели США, подчеркивающие  
политическую ориентированность этой религии. А все ритуалы в  
*Far Cry 5* являются частью общественных практик, благодаря ко-  
торым лидеры культа могут лучше контролировать его членов.



Рис. 48. Скриншот *Bioshock: Infinite* (2013),  
*Irrational Games / 2K Games*

Таким образом, в рамках шутеров от первого лица мы видим религию как некоторое естественно политизированное явление, стремящееся захватить и подчинить себе ординарный секулярный мир. При этом оно лишено смыслового внутреннего содержания и в идейном плане практически гомогенно. Единственные религиозные деления – это разные формы иерархии власти, вертикальные (от рядовых верующих до глав культа) и горизонтальные (воплощающие разные места в организации, например руководство приемом новых членов, боевыми действиями или трудовыми лагерями).

Примечательным фактом является то, что именно такой образ религиозной реальности мы видим в старой игре *Doom*, в отличие от современных проектов не претендовавшей ни на реалистичность, ни на попытку затронуть какие-то актуальные пробле-

мы. Сюжет этой игры сводился к истории футуристического морского пехотинца, известного как *Doomguy*, который оказывается на марсианской базе в тот момент, когда на ней открывается портал в Ад. Из этого портала в материальный мир проникает множество демонов, с которыми герою и предстоит сражаться. Демоны стремятся к одной вещи – подчинению окружающего мира и превращению его в подобие Ада, а также к убийству всех не-демонов, что и обуславливает их конфликт с протагонистом. И, по сути дела, именно эта модель отношения с религиозной реальностью задается в сюжетах всех упомянутых игр.

Религиозная сфера, не важно, будь то буквально религиозное пространство, вроде Ада или мира олимпийских богов в игре *God of War* (2005), или общество верующих людей в более «реалистичных» шутерах, изображается как нечто «чуждое». Она вторгается в «обычную» жизнь, пытаясь изменить ее в соответствии с собственными представлениями, а главный герой старается остановить этот процесс. Важно отметить, что он не руководствуется идеологическими или антирелигиозными представлениями и движим очень простыми, понятными желаниями: стремлением выжить, долгом, любовью к друзьям и близким, жадной мести.

Все это подводит к еще одной важной сюжетной характеристике религии в экшен-играх – ее тесной связи с темой контроля: тоталитарные секты в «реалистичных» шутерах, власть богов в *God of War* или демонов в *Dante's Inferno* (2010), стремление покорить новый мир в *Doom*. Религия неизменно изображается как средство подавления масс, ей противостоит одинокий главный герой игры. Наиболее ярким примером такого взгляда является *Assassin's Creed II* (2009), где Католическая Церковь была «вписана» в сквозную для всей серии *Assassin's Creed* дихотомию между ассасинами, борющимися за индивидуальную свободу, и тамплиерами, стремящими создать единый «мировой порядок». Церковь была помещена на сторону порядка, главный герой, ассасин по имени Эцио, противодействовал ей, доходя до убийства Папы Римского, принадлежащего к тайному обществу тамплиеров. Впрочем, гораздо яснее связь между религией и контролем видна в играх, которые на уровне игровых правил дают игроку большую

свободу – играх, следующих «концептуальной» стратегии репрезентации, о которых сейчас и пойдет речь.

Вторая стратегия, выделенная Чапманом, подразумевает, что авторы видеоигры пытаются симулировать в игре исторические концепции и нематериальные ресурсы через те или иные правила [163]. Типичным примером концептуальной стратегии является включение ресурса «морали» в стратегических играх вроде *Warhammer 40,000: Dawn of War* (2004). Он отражает общую моральную устойчивость отдельного отряда бойцов и определяет то, как быстро они будут обращены в бегство.

Связь между концептуальной стратегией репрезентации и играми в жанре стратегии вообще достаточно очевидна. Стараясь изобразить комплексные процессы на пересечении экономики, войны, технологического и научного развития отдельной фракции, разработчики вынуждены создавать правила, описывающие поведение не только отдельных физических объектов, но также групп индивидуумов. Но сами эти правила, в полном соответствии с концепцией «процедурной риторики» Богоста [32, p. 1-12], превращаются в форму высказывания об устройстве общества и государства, о логике войны или о той или иной интерпретации религии.

Это особенно заметно на примере глобальных стратегических игр, симулирующих истории целых регионов, в которых игрок берет на себя роль одного государства или по меньшей мере феодальной династии. В таких играх степень абстракции особенно велика, что делает их наиболее интересными для анализа. В первую очередь речь пойдет о сериях игр *Total War*, *Civilization* и стратегиях от студии *Paradox* (серии *Crusader Kings*, *Europa Universalis*, *Victoria*, а также игра *Stellaris*, 2016). Религия во всех этих играх связана с тремя ключевыми характеристиками или, пользуясь терминологией Богоста, юнитами [31]: разделение, контроль, вирусное распространение.

Начнем с разделения. Основным способом показывать религию в глобальных стратегиях является ее использование для разделения представленных наций по конфессиональному признаку. В *Medieval II: Total War* (2006), действие которой происходит в

Средневековье, католические и мусульманские духовные лидеры могут объявлять крестовые походы и джихады против иных религий, объединяя все страны соответствующего вероисповедания (рис. 49). Важно отметить, что это прерывает, или, по меньшей мере, затрудняет, войны между нациями одной религии, создавая импровизированные «священные альянсы». Похожая механика существует и в *Crusader Kings*, и в *Europa Universalis*.



Рис. 49. Скриншот *Medieval II: Total War* (2006),  
*Creative Assembly / Sega*

Но даже там, где такая опция отсутствует, религия связана с конфликтами через систему дипломатии. Во многих глобальных стратегиях отношения одной нации к другой отображаются через отдельный параметр. Чем выше его значение, тем больше нации склонны к заключению союзов и других соглашений. А факт исповедания разных религий практически всегда накладывает на этот параметр отрицательный модификатор.

Примечательно и то, что религия зачастую является единственным или ключевым фактором, который влияет на дипломатические отношения между нациями априори, безотносительно конкретных игровых событий (например, *Medieval II: Total War*, серия игр *Europa Universalis*). Так, национальные различия или разные формы правления не создают никаких дополнительных проблем. Конечно, на протяжении каждой конкретной пар-

тии появляется множество ситуативных параметров, из которых, собственно, и складывается само значение «отношения». Во многих играх существует система, в соответствии с которой слишком быстро разросшееся государство вызывает недовольство соседей. Аналогичные модификаторы к отношению также дают нарушение договоренностей, торговля и союзы с какими-то третьим нациями, если они считаются враждебными, и другие действия, вызывающие резонанс с недружественной политикой между двумя странами. Но вражда между государствами разных религий является независимым от всего этого явлением, в силу чего религиозные различия часто служат базисом для определения самых первых целей завоевания в рамках глобальных стратегий, толкая игрока к действиям в логике расширения территорий за счет религиозных войн.

Впрочем, кроме таких «процедурных» механик религия может способствовать конфликтам более прямолинейно. Так, в *Medieval II: Total War* Папа Римский будет время от времени посылать игроку «миссии», требующие захвата определенных территорий, уничтожения персонажей, вызвавших его недовольство, и т.д. В *Crusader Kings 2* игрок уже самостоятельно может начинать конфликты, призванные завоевать расположение Папы. Подобным образом во многих других играх те или иные действия также позволяют получить поддержку со стороны лидера своей религии или абстрактных «верующих».

Это является проявлением уже второго мотива, характеризующего религию в стратегических играх, – контроля. Религии либо прямо диктуют игроку свою волю через задания, либо дают определенные способы добиться одобрения. Хорошее отношение «вознаграждается» различными бонусами: тот же Папа Римский может присылать игроку деньги (*Medieval II: Total War*), расторгать неудобный брак (*Crusader Kings 2*), благословлять войны, давая игроку преимущества (*Europa Universalis IV*, 2013), или отлучать от церкви другие государства (все перечисленные игры). Подобные возможности могут быть и у остальных религий.

Таким образом, отношения между игроком и религиями выстраиваются в логике «обмена». Игрок вкладывает какие-то ре-

судсы в религию – строит «религиозные» здания, ведет «религиозные» войны, выполняет задания, исходящие от религиозных деятелей, и в обмен получает определенные преимущества. Самым широко представленным среди глобальных стратегий механизмом, вводящим эту взаимосвязь, является связь между религией и таким параметром, как «общественный порядок». Этот или аналогичные ему параметры отражают лояльность игроку в той или иной части его владений: городе или провинции. Причем «общественный порядок» неизменно связан с религией либо «негативно» (несоответствие между доминирующей религией в регионе и «официальной» религией фракции приводит к восстаниям), либо «позитивно» (религиозные здания и персонажи повышают общественный порядок).

Важно выделить два значимых момента. Во-первых, религия в таких играх изображается как некая отдельная сфера, способная «нарушать правила» светского мира в обмен на ресурсы. Религиозные здания «перерабатывают» деньги в лояльность. Религиозные лидеры дают благословения, открывающие определенные бонусы или создающие проблемы. При этом на свои собственные действия они не тратят никаких дополнительных усилий и никак не взаимодействуют с остальными игровыми параметрами и акторами.

Даже там, где религиозные государства частично вписаны в общие правила, как в *Crusader Kings 2*, где казна Папы складывается из подарков, которые ему присылают со всего католического мира, он все равно обладает уникальными силами, исходящими из самого его статуса главы религии. Фактически логика отношений игрока с религиозной сферой оказывается логикой жертвоприношения, призванного снискать благосклонность высших сил.

Во-вторых, эта логика поддерживается не бесконечно. На ранних этапах большинства партий игрок сильно зависит от благорасположения к нему религиозных акторов. Их награды могут заметно улучшить его ситуацию, а их недовольство – создать серьезные проблемы. Но по мере того, как он становится могущественнее, ситуация меняется. Внутренние восстания, в том числе религиозные, становится проще подавить, чем умиловить.

«Религиозные» преимущества уже недостаточны для того, чтобы оправдать вложение сил. А «религиозные» штрафы на отношения между нациями возможно преодолеть с помощью траты ресурсов, что позволяет перейти к действиям в логике *real-politic*. Даже если игрок не конфликтует с лидером своей религии напрямую, сама игра оказывается историей его постепенного освобождения от религиозного гнета в пользу свободы действий.

Этот же момент «отделенности» религии проявляется в том, что касается ее распространения, которое можно охарактеризовать как «вирусное». Первое, что бросается в глаза, – в подавляющем большинстве упомянутых видеоигр религии стремятся к бесконтрольному распространению в первую очередь. Чем больше различных религий на территории игрока, тем больше у него различных проблем. Зато утверждение единой веры на всей своей территории может не только ликвидировать эти трудности, но часто приносит дополнительные преимущества.

Примечательно, что после обращения области религия и ее лидеры фактически «теряют интерес» к новой территории: в большинстве игр отсутствуют или чрезвычайно упрощены механики, отражающие «внутреннюю проповедь», борьбу за чистоту веры или какое-то изменение религии со временем под влиянием культуры и политики. Все, к чему религия стремится, – это к бесконечному расширению охваченных ею территорий, в рамках которых культурные и внутриконфессиональные различия между верующими изображены как несущественные.

При этом суть конкретных религий практически не учитывается. В то время как исторически различные конфессии могли быть тесно связаны с этнической принадлежностью (например, зороастризм), не предусматривая возможности активного прозелитизма, в играх нет механик, позволяющих придерживаться таких взглядов. Редким исключением является конфуцианство в игре *Europa Universalis IV* (рис. 50), но это исключение лишь подтверждает правило – возможность «гармонизировать» другие традиции, избегая конфликта с ними, является основным игровым преимуществом этой веры, которое подчеркивает стремление всех остальных к единоличному доминированию.



Рис. 50. Скриншот *Europa Universalis IV* (2013),  
*Paradox Development Studio/Paradox Interactive*

Суммируя, можно заметить, что образ религии в глобальных стратегиях производит противоречивое впечатление. Религия – это «сила», которая нарушает законы остального мира, стремится максимально подчинить его своей воле, захватив как можно больше территорий и уничтожив всех, кто ей противостоит. При этом она мотивирует игрока выполнять свои пожелания «кнутом» (восстаниями) и «пряником» (религиозными бонусами). Задача игрока, в свою очередь, сводится к тому, чтобы использовать эту «силу» в своих интересах, собирая в своих руках достаточно ресурсов для того, чтобы «перерасти» ее требования, легко игнорируя религиозный фактор в том случае, когда он мешает политике. Игрок, таким образом, выступает в роли своего рода «мага», находящегося в вечной борьбе с могущественной, но лишенной разума силой религии ради того, чтобы использовать ее в своих целях. Такое понимание религиозной сферы оказывается особенно актуально в свете того, как ее изображают в играх жанра *RPG*.

Смешанная стратегия репрезентации подразумевает, что создатели игры используют как визуальные образы, призванные изобразить какие-то «реальные» объекты выдуманного мира, так и правила, отражающие более абстрактные концепции. На самом деле подавляющее большинство разработчиков используют именно такой подход. В более концептуально насыщенных играх

визуальные элементы создают основу для понимания того, к чему отсылают правила, в то время как даже «симуляторы ходьбы» и другие игры, претендующие на реализм и минимализм в том, что касается изображаемого ими мира, могут содержать правила, отражающие отвлеченные явления.

Но я хотел бы сосредоточиться именно на жанре *RPG* как на играх, смешанная стратегия репрезентации в которых делает их интересными кейсами в плане анализа конфигуративного потенциала. В играх чисто концептуальной стратегии этот потенциал формально слишком велик. Хотя отдельные возможные конфигурации могут быть очень похожи, составление их единого списка не представляется возможным. В рамках визуальной стратегии репрезентации конфигуративный потенциал, напротив, узок: формально игрок может совершить множество отдельных действий, но при поверхностном прочтении разница между ними в культурном контексте не очень велика. *RPG* интересны в силу того, что в рамках этого жанра ощущение свободы создается у игрока за счет предоставления ему определенного, но ограниченного количества вариантов, выбирая из которых, он вызывает у себя конфигуративный резонанс.

Так, в *RPG* с партией главного героя может сопровождать достаточно большое, но ограниченное число спутников, каждый из которых, как правило, резонирует с каким-то популярным типажом персонажей из «фантастической среды». Это позволяет поставить очень интересный вопрос: какая интерпретация религии не включается в конфигуративный потенциал большинства проектов?

Еще одной важной деталью жанра *RPG* является то, что религиозные образы играют в нем очень большую роль. Для начала стоит упомянуть о большом количестве противников, персонажей, локаций и способностей главного героя и его спутников, заимствованных из религий и мифологий. Более того, подавляющее большинство главных героев в наиболее популярных играх этого жанра, вышедших с конца 1990-х гг., являются религиозными фигурами в своих выдуманных мирах. Игрок может играть за переродившихся пророков (*The Elder Scrolls III: Morrowind*), во-

площение божеств (серия игр *Baldur's Gate*), эпических героев (*Divinity: Original Sin*, 2014) или просто существ, отмеченных религиозными сущностями (*Jade Empire*, 2005).

Этому естественным образом соответствует распространенность религиозных конфликтов как в рамках глобального сюжета, так и в рамках побочных заданий. Последнее характерно даже для *RPG*, действие которых происходит в мирах, вдохновленных не фэнтези, а, например, фантастикой, вроде *Mass Effect* или *Fallout*. Это, в свою очередь, дает некоторым авторам основания для того, чтобы и эти игры интерпретировать как религиозные высказывания [93].

Но при этом взаимодействие главного героя с религией оформлено очень характерно. Религиозная реальность везде вторгается в обычную жизнь героя, выступая либо как нежелательное проклятье (*Baldur's Gate*), либо, чаще, как навязанная обязанность спасти мир, используя свою новообетенную причастность к божественному. Зачастую это сопровождается включением главного героя в логику какого-то древнего пророчества, подчеркнута игнорирующего его собственные желания и планы. Это, естественно, толкает героя к тому, чтобы в финале отказаться от собственного религиозного призвания, которое, таким образом, выступает в виде производной от кризиса, сотрясающего основы мира, и заканчивается вместе с ним.

Характерно, что в подавляющем большинстве игр главный герой не может каким-то образом принять и сохранить свою религиозную значимость после окончания основного сюжета. Где-то игра просто не включает соответствующие возможности (*Elder Scrolls III: Morrowind*). Где-то подразумевается, что сохранение божественности героем будет сопряжено с бедствиями и несчастьями, в то время как отказ от них изображается как этически правильный поступок (*Jade Empire*, *Baldur's Gate II: Throne of Bhaal*, 2001). А где-то игра через сюжет демонстрирует, что религиозная реальность и ее пророчества, в которые главный герой втянут, – ложь, которую он же и опровергает (*Arcanum: Steamwork and Magic Obscura*, 2001).

Мотив сокрытия информации и манипулирования ею постоянно возникает в связи с религиозными мотивами в *RPG*. С точки

зрения сюжета многие такие игры являются своего рода мистическим детективом, на протяжении которого главный герой выясняет, в чем именно состоит смысл пророчества, в исполнение которого он был втянут, и как он может выполнить предначертанное. При этом он зачастую выясняет, что основы религиозных традиций представленного выдуманного мира являются ложью, результатом ошибки или сознательного манипулирования жрецов и божеств. Часто даже положительные религиозные персонажи, как в случае игр *Arcanum* и *The Elder Scrolls III: Morrowind*, не владеют всей правдивой информацией.

Естественным следствием темы обмана является еще один сюжет, повторяющийся во множестве игр, – конфликт с богами и, в более широкой перспективе, мотив их смертности. Во многих играх сам игрок вынужден уничтожить одного или даже несколько божеств, оказывающихся главными антагонистами, например *The Elder Scrolls III: Tribunal* (2002) и *Gothic* (2001) (рис. 51, 52).



Рис. 51. Скриншот *The Elder Scrolls III: Tribunal* (2002),  
Bethesda Game Studios / Bethesda Softworks



Рис. 52. Скриншот *Gothic* (2001), *Piranha Bytes / Egmont Interactive*

Но там, где этого не происходит, божества также смертны и нуждаются уже в защите со стороны игрока (например, *Jade Empire*, *Divinity: Original Sin*). Тем или иным способом игроку демонстрируют его превосходство над божественными силами и то, что они, по сути, недостойны его поклонения.

Это подводит к ответу на вопрос: какой именно сюжет отсутствует в рамках конфигуративного потенциала большинства *RPG*? Это мотив религиозной веры. Существование и статус богов в *RPG* либо совершенно очевиден, либо является объектом расследования, как правило, раскрывающего богов как лжецов и обманщиков. Часто он заканчивается тем, что игрок либо сражается с божествами, либо спасает их, искупая последствия какой-то старой ошибки, допущенной небожителями.

При этом игрок, как правило, обладает достаточно большой свободой высказывания о своей ситуации в подобных играх.

Столкнувшись с религиозной реальностью, он может отрицать свою судьбу, отнестись к полученной миссии с энтузиазмом или страхом, искренне захотеть докопаться до правды. Но у него

отсутствует возможность взять на себя роль религиозного человека, признающего превосходство высших сил над собой. Эта невозможность полностью оправдана дальнейшим игровым процессом, демонстрирующим, что акт веры не имел бы смысла, так как игрок получает однозначную информацию о божествах и, более того, превосходит их в своих возможностях.

Этот же скепсис в отношении религиозной веры находит отражение и в образах компаньонов игроков в играх, в которых у него есть спутники. Хотя жрецы и подобные персонажи являются частыми товарищами главного героя, их образ достаточно противоречив. Зачастую их религиозность как таковая не находит никакого отражения в игре, будучи полностью поглощенной более широкими этическими категориями конкретного выдуманного мира и системами, отражающими их.

Так, в игре *Baldur's Gate II: Shadows of Amn* (рис. 53) обе жрицы, которые могут сопровождать главного героя, эльфийка Аэри и темная эльфийка Викония, никак не проявляют свои религиозные взгляды в диалогах при принятии ответственных решений. Зато они обе полностью соответствуют своему «мировоззрению» – игровому параметру, отражающему их этические взгляды и объединяющему религиозных и нерелигиозных героев. Статус жреца, таким образом, оказывается лишь источником специфических божественных сил.

Альтернативный подход демонстрирует игра *Arcanum*, где спутник главного героя Вирджил также является жрецом, но на протяжении игры его незнание основ собственной веры становится поводом для шуток, а ближе к финалу главный герой выясняет, что пророчество, в которое Вирджил верит, является ложью.

Стоит подчеркнуть, что скепсис по отношению к религии не подразумевает того, что все компаньоны героя в *RPG* – циники. Напротив, многие из них изображены как персонажи, ведущие активную духовную жизнь в рамках все тех же «мировоззрений» или других сходных систем. Кто-то защищает идеалы добра, справедливости или восхваляет природу, другие придерживаются каких-то последовательных философских взглядов. Но именно религия изображается как нечто, неспособное и, по большому счету,

не претендующее на удовлетворение духовных нужд и предоставление советов по правильной жизни.

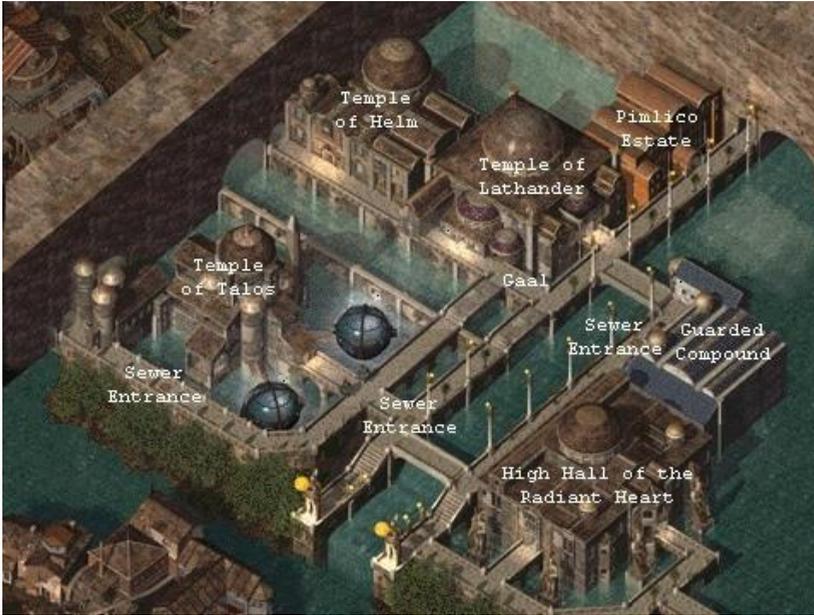


Рис. 53. Скриншот *Baldur's Gate II: Shadows of Amn* (2000),  
*BioWare / Interplay*

Впрочем, если обратить внимание не только на компаньонов, то можно легко найти во многих играх целую прослойку персонажей, которые руководствуются религией во всем. Это в первую очередь культисты – последователи злых божеств и сил, вроде почитателей даэдра во вселенной *Elder Scrolls* или последователи культа Невидящего Глаза в *Baldur's Gate*. По контрасту со спутниками главного героя они изображаются лишенными какой-либо «светской» личности, которую полностью заменяет лояльность божествам и их догматам. Фактически такие персонажи выступают как простое продолжение воли своего покровителя и играют роль обычных «монстров», которых игрок может безнаказанно уничтожать.

Этот контраст резонирует с положением самого главного героя в тех играх, где ему в финале предоставляют выбор между принятием своих божественных сил или отказом от них. Зачастую

этот выбор подразумевает либо обращение к злу, которое превращает героя в силу разрушения, либо возвращение к обычной жизни в компании друзей и близких. Даже там, где герой может выбрать «божественный» путь, не превратившись в чудовище, игра все равно противопоставляет этот вариант предпочтительному сценарию отказа от божественных сил в пользу простых личных радостей: любви и дружбы. Конфигуративный потенциал этих игр не включает варианта, позволяющего гармонизировать личность героя, его индивидуальность, проявляющуюся через любовь к друзьям и близким, с религиозным призванием.

В целом религия в *RPG*, как и в стратегиях, ведет себя как некая «отдельная стихия», существующая вне обыденного пространства. Игра для главного героя начинается с того, что эта «стихия» вторгается в его жизнь и против воли втягивает в собственную логику. На протяжении дальнейшей игры он должен вернуть себе контроль над собственной судьбой, выполнив пророчество, но только ради того, чтобы «выйти» из религиозной логики обратно в обыденный светский мир. Такой же конфликт иллюстрируют и виртуальные персонажи, колеблющиеся от фанатиков, чья личность полностью поглощена религиозным пространством, до «прагматиков» из числа компаньонов главного героя, которые сами научились контролировать религиозную «стихию», используя ее в своих интересах.

Момент, на котором необходимо сосредоточить внимание, состоит в том, что при всем разнообразии вариантов действий, представленных в этих играх, их конфигуративный потенциал лишен возможности отразить религиозное поведение главного героя, неизменно изображая стремление вернуться к светскости как естественное желание, с которым может равняться только жажда могущества и власти.

### § 7.3. Создание секулярности: убедительность модели репрезентации религии

Кажется примечательным, как много общих моментов можно найти между совершенно различными, на первый взгляд, играми в их подходе к религии. Мусульманский террорист, с которым сражаются главные герои *Medal of Honor: Warfighter*, – это солдат армии, которую ведет в священный поход игрок, выполняющий поручение халифа в *Crusader Kings 2*. Немало общего у него и с фанатичными культистами, которые противостоят главным героям в фантастических и фэнтезийных *RPG*. Разумеется, каждый жанр и каждая конкретная игра имеют свою специфику. Но на этом фоне любопытно отметить наличие трех элементов, которые присутствуют в изображении религий от проекта к проекту: обособленности, проблематики контроля и содержательной пустоты.

Обособленность религии кажется одной из важнейших ее характеристик. Она сводится к тенденции видеоигр противопоставлять религиозную сферу всему остальному миру. В рамках шутеров игрок является защитником «нормальной» светской цивилизации от фанатиков. В *RPG* он отправляется «в глубины» пророче-

*Мойжес  
Леонид  
Владимирович,  
аспирант,  
РГГУ, г. Москва*

ских сюжетов и религиозных историй, чтобы вернуться оттуда к привычной жизни, восстановив статус-кво.

В глобальных стратегиях религия выступает как загадочный «черный ящик», перерабатывающий материальные ресурсы в преимущества и наказывающий за неподчинение. Примечательно, что это выделение религии в отдельную сферу сохраняется даже в том случае, если сам игрок выступает в качестве формально религиозного актора: жреца в рамках *RPG*, теократического государства в глобальной стратегии, верующего персонажа в экшене (вроде Агента 47 из серии *Hitman*). Игра по-прежнему заставляет его действовать в обычной секулярной логике: обыскивать трупы и выполнять задания, интриговать и строить альянсы в духе *real-politic*, убивать врагов.

В крайнем случае может частично измениться конфигурация ограничений и преимуществ, которые игрок получает, но несущественно. Выбирая игру за «религиозного» актора, игрок так и не входит «внутри» религиозной сферы, оставаясь на положении внешней силы. Эта обособленность религиозной сферы подчеркивает ее второе важное свойство – стремление к расширению и подавлению, неразрывную связь с проблематикой контроля. Игрок постоянно получает вызовы со стороны религии, пытающейся его «преодолеть». Где-то эти вызовы очевидны и сводятся к противостоянию между главным героем и фанатиками, пытающимися его убить. Где-то они более двусмысленны и сводятся к тому, что религия требует через правила игры или прямо выдающиеся миссии определенных действий, которые могут быть невыгодны игроку. Ключевым, сквозным мотивом, однако, является тема борьбы за власть и за контроль над собой, идущая рука об руку с изображением религии в видеоиграх.

Эта тема проявляется в сюжетах, где религиозные деятели пытаются подчинить себе окружающий мир (*Far Cry 5*, *Bioshock: Infinite*). Она может отражаться на уровне глобального конфликта, когда герои являются «религиозными прагматиками», использующими божественные силы, а их враги – «религиозными фанатиками», растворяющимися в религиозных догмах (*The Elder Scrolls IV: Oblivion*), или на уровне правил игры и игрового баланса, превра-

щающего историю любого государства в глобальной стратегии в историю борьбы за секуляризацию и подчинение церкви государству. Но противостояние между светской и религиозной половинами мира возникает вновь и вновь.

Это ставит интересный вопрос – почему отсутствие целого пласта подходов к религии не вызывает нареканий со стороны игроков? На мой взгляд, причина этого состоит в том, что та картина религиозной реальности, которая создается в видеоиграх, резонирует с по-прежнему доминирующей на бытовом уровне идеологией отношения к религии – секуляризмом [109]. Секуляризм не связан напрямую с атеизмом. Его основной посыл состоит не в отказе от метафизических построений, но в идее того, что религия должна оставаться частным делом каждого человека и не проявляться в общественной, политической или культурной сферах.

Именно защитниками секулярного мира и выступают герои во множестве видеоигр. Они сталкиваются с попытками религии «вырваться» из специального отведенного ей пространства в большой мир и подчинить его собственной воле. Естественной реакцией на это является сопротивление: герои восстанавливают статус-кво и защищают границы секулярного пространства вне зависимости от того, угрожают ли им исламисты, фанатичные христиане или служители древних богов.

Причем исключение религии из обычного мира приводит к тому, что она оказывается «лиминальной» сферой. Лиминальное пространство – понятие, возникшее на заре развития религиозной антропологии в трудах таких ученых, как Виктор Тернер [306]. Лиминальным пространством принято называть ту часть космоса, которая не подчинена обычным и понятным законам. Начиная от кладбища, перекрестка или темного леса и заканчивая миром сновидений и духов, лиминальный мир, с точки зрения примитивных религий, окружает мир обыденный и постоянно пытается в него проникнуть.

Важно отметить, что лиминальное пространство лишено четких этических коннотаций – оно опасно, как опасна любая неконтролируемая стихия, но не является чем-то злым. Более того, в силу того, что в лиминальном пространстве не действуют привычные нам законы мира, из него проистекает магия, в том числе те

ее разновидности, которые человек может использовать для своей выгоды.

В этом смысле особенно интересна фигура шамана. Шаман стоит между обычным и лиминальным миром, используя свою принадлежность к последнему для защиты и помощи соплеменникам. Именно роль «шамана» отводится игроку видеоигрой. Религия оказывается лиминальной сферой – странным миром, в рамках которого возможно все. Она производит чудовищ, но она же дает силы и преимущества. Задача игрока состоит в том, чтобы разделять два мира, религиозный и светский, с тем, чтобы в конечном итоге религия служила человеку, а не наоборот. Принципиальным отличием его от шамана является то, что эти сюжеты и само его положение – не перманентны, а линейны. Игрок не должен вечно поддерживать баланс двух сфер, но постепенно идет к тому, чтобы полностью «преодолеть» религию, либо окончательно изгнав ее за пределы мира игры, либо подчинив своей воле. Ярчайшим воплощением этого является мотив убийства и вообще смертности, конечности богов, присутствующий во множестве игр с более фэнтезийными мирами.

Это же может служить объяснением того, почему религиозные мотивы так распространены в видеоиграх. Ряд исследователей, например Дж. МакГонигл [119], называют одной из важных черт видеоигр ощущение контроля, которое возникает у игрока, чувство, что он может изменить мир, пусть и виртуальный. И одним из необходимых факторов для возникновения этого чувства является возрастание сложности внутри игры, которая в AAA-играх нуждается в том или ином нарративном обосновании.

И секулярное представление о религии тут оказывается очень удобным благодаря своей связи с концепциями иерархии и подавления. Во множестве проектов игрок проходит всю религиозную иерархию того или иного учения, постепенно побеждая все более и более высокопоставленных религиозных акторов, будь то служители какого-то культа, демоны или ангелы. Религия понимается как нечто, претендующее на статус предельной, высшей реальности, но неспособное соответствовать этому статусу. Она оказывается идеальным противником, тем, что Т. Майковски,

опираясь на методологию М.М. Бахтина, называет «карнавальным королем» видеоигры [115], обреченным погибнуть в финале от рук истинного хозяина видеоигры – игрока. В некоторых играх этот «король» может появляться напрямую, в виде ложного бога или главы культа. В других его роль исполняет религиозная сфера в целом.

Конечно, такая широкая картина подразумевает некоторые исключения. В последних крупных сериях *RPG* от студий *Bioware*, *Mass Effect* и *Dragon Age*, разработчики отказались от сквозной и универсальной системы этики персонажей. Это позволило им сделать больший упор на характеры отдельных героев и, в частности, ввести в обе серии членов партии, для которых религиозность является частью их личности и идентичности, а не просто источником сил. Примерами этого являются Кассандра Пентагаст и Лелиана в *Dragon Age*, а также Тейн Криос и Эшли Уильямс в *Mass Effect*. Подобные исключения все чаще возникают и в других проектах. Даже шутер *Far Cry 5* в конечном итоге изображает апокалиптические предсказания религиозных акторов соответствующими действительности. И хотя это фреймировано, скорее, как трагедия, а не как признание какой-то внутренней ценности религии, сам сюжет внушает сдержанную надежду на то, что изображение религии в видеоиграх постепенно становится более сложным и многогранным.

## 8. ВИДЕОИГРЫ И ГЕНДЕР



### § 8.1. Гендер персонажа, аватара, имплицитного игрока

Данная глава посвящена исследованиям видеоигр и гендера – одной из наиболее старых и развитых тем в рамках междисциплинарного поля гуманитарных исследований видеоигр. Исследования видеоигр и гендера активно ведутся с конца 1990-х гг. и затрагивают широкий круг вопросов от неравной представленности в видеоиграх мужских и женских персонажей до особенностей самоидентификации ЛГБТ-геймеров (англ. *gaymers*) и медийных скандалов по поводу репрезентации и идентичности. Однако с момента возникновения *game studies* и вплоть до недавнего времени эти темы оставались уделом ученых, а также немногочисленных (преимущественно профеминистски настроенных) игровых журналистов.

Коренным образом положение дел поменялось в результате серии скандалов<sup>1</sup> в англоязычных интернет-медиа и социальных сетях (2011–

*Подвальный*  
*Максим*  
*Александрович,*  
*ассистент,*  
*РГГУ, г. Москва*

---

<sup>1</sup> В центре многих из этих скандалов оказывался портал *Feminist Frequency*, посвященный феминистской критике массовой культуры и, в частности, видеоигр. См.: [129].

2014 г.), кульминацией которой стал геймергейт<sup>1</sup>, вылившийся в широкую дискуссию о женщинах-геймерах, женщинах-разработчиках, сексизме в видеоиграх, игровой индустрии и игровой прессе.

Конфликты, как правило, возникали на почве феминистской критики видеоигр со стороны видеоблогеров и журналистов – многие из них становились мишенями для онлайн- и офлайн-травли, включавшей угрозы физической расправы от реакционно настроенной части геймерского комьюнити.

К настоящему моменту дискуссия о гендере и видеоиграх вышла далеко за пределы исследовательских и журналистских сообществ, и теперь в нее оказались вовлечены широкие массы простых пользователей, видеоблогеров и разработчиков видеоигр. Посещая интернет-ресурсы, посвященные игровой тематике, геймеры все чаще оказываются вовлеченными в обсуждение очередного кейса (см. напр. [58]), связанного с феминистской критикой той или иной игры (чаще всего – по поводу ориентированности игры на *malegaze*<sup>2</sup>), а крупные разработчики популярных *RPG* и *ММО* зачастую вынуждены сражаться на два фронта, обнаруживая в числе своих фанатов противоборствующие группировки, одна из которых требует увеличения гендерного разнообразия в фикциональных мирах, а вторая настаивает на полном отказе от такового [179].

Выход дискуссии о видеоиграх и гендере за границы исследовательского сообщества, гетерогенизация как геймерского сообщества, так и сообщества разработчиков, стремительное развитие независимой разработки видеоигр – это лишь небольшая часть тенденций двух последних десятилетий в видеоигровой индустрии. Очевидно, что все это не могло не повлиять на *game studies* в целом и на исследования видеоигр и гендера в частности – академическая рефлексия вышеперечисленных процессов

---

<sup>1</sup> *Gamergate Controversy* (англ.) – назван по аналогии с Уотергейтским скандалом (суффикс *-gate* со времен Уотергейтского скандала используется для обозначения любого крупного скандала вообще).

<sup>2</sup> *Malegaze* (англ. мужской взгляд) – изображение чего-либо или кого-либо (как правило, женщин) с мужской точки зрения, объективация.

в настоящее время развивается динамично, но географически неравномерно. Это во многом связано с тем, что *game studies* как исследовательское поле, будучи развитыми в Северной и Западной Европе и Северной Америке, гораздо менее развиты в Восточной Европе, практически отсутствуют в странах бывшего СССР, а в некоторых странах (например, в Японии) производятся только на национальном языке, из-за чего не имеют контакта с международным сообществом. Как следствие, на данный момент у нас есть достаточно информации о гендерных репрезентациях в западных видеоиграх и гендеризированном дискурсе западного игрового сообщества и крайне мало – об аналогичных феноменах в видеоигровой индустрии и игровом сообществе Индии или Юго-Восточной Азии.

Несмотря на то, что и в России *game studies* в целом и гендерные исследования внутри них в частности возникли сравнительно недавно, растущее число исследовательских работ по этой теме (см., напр. [262]) дает основания полагать, что в дальнейшем научный интерес к данной проблематике будет возрастать. Данная глава создается с пропедевтической целью. Ее задачи: обозначить основные темы, выкристаллизовавшиеся на пересечении видеоигровых и гендерных исследований на протяжении последних двух десятилетий, и показать, какие из них являются менее изученными и потому, возможно, более перспективными.

В данном параграфе мы изложим некоторые теоретические положения, важные для понимания всего проблемного поля видеоигр и гендера. Для начала нам следует понять, чей именно гендер имеется в виду, когда мы говорим о видеоиграх.

Здесь можно выделить три категории: гендер неиграбельных персонажей (*NPC*); гендер аватара (протагониста); гендер имплицитного игрока. Также мы выделим две группы отношений по поводу гендера: взаимоотношения между игрой и игроком; взаимоотношения игроков, разработчиков, журналистов, блоггеров и иных заинтересованных сторон.

В первом случае мы говорим о процессе чтения и перформанса в видеоигре, т.е. о том, как игрок понимает то, что видит и слышит, и как он совершает те или иные действия. А конкретно в нашем

случае речь идет о том, как игрок понимает гендерную идентичность персонажа, как он относится к ней, а также то, каким образом игрок конструирует гендер тех персонажей, которыми управляет. Отношения внутри комьюнити по поводу гендера выражаются в дискуссиях о гендерных репрезентациях в видеоиграх, об образе «настоящего» и «ненастоящего» геймера, о политических позициях того или иного разработчика или издателя и т.д.

Что же касается носителей гендера, то, вероятно, самым простым для понимания является концепт гендера неиграбельного персонажа – у него не так много принципиальных отличий от гендера персонажа книги, кинофильма или театральной постановки. Гендер персонажей конструируется с помощью визуальности (внешность, движения), аудиальности (речь, музыка, иные звуки), а также интерактивности (как они взаимодействуют друг с другом и с игроком).

При этом очевидно, что исследование репрезентации одного реально существующего гендера в какой-либо конкретной игре и исследование того, как в видеоиграх конструируется гендер вообще – это задачи различных масштабов, к которым должны применяться разные методологии. Различия исследовательских вопросов в зависимости от этих масштабов представлены далее на примерах в форме таблицы.

Можно заменить «гендер» в левом столбце на «религия», «политическая идеология» и т.д., чтобы получить аналогичную таблицу для иных проблемных полей в рамках *game studies*. Но еще раз подчеркнем: вышесказанное касается в большей степени именно гендера неиграбельных персонажей, который сконструирован разработчиками игры и на который игрок не в силах повлиять.

С гендером аватара дело обстоит иначе. Аватар – это медиаспецифический элемент видеоигр, отсутствующий в тех же кино или литературе. Начнем с того, что далеко не во всех играх протагонистом является человек или человекоподобное существо. Это может быть государство, самолет или танк, бактерия или даже камень, лежащий в лесу, как, например, в *Stone Simulator* (2014). Со временем в рамках *avatar studies* развилось

множество сложных и противоречивых концепций – в конечном итоге стали появляться работы, авторы которых пытались если и не примирить все эти позиции, то хотя бы прийти к каким-то общим основаниям [176].

#### Масштабы гендерных исследований видеоигр

	<i>Конкретное произведение</i>	<i>Конкретные жанры</i>	<i>Индустрия вообще</i>
Конкретные гендеры в конкретном обществе конкретного времени	Репрезентация гендерных стереотипов французского общества XVIII в. в видеоигре <i>Assassin's Creed: Unity</i>	Эволюция маскулинных персонажей в современных шутерах от первого лица	Динамика репрезентации средневековых гендерных стратификаций общества в западной видеоигровой индустрии
Конкретные гендеры	Репрезентация женщины в игре «Ведьмак 2: Убийцы Королей»	Различия репрезентации маскулинности в градостроительных симуляторах и файтингах	Репрезентация небинарных людей в видеоигровой индустрии
Гендер вообще	Концепции пола и гендера в игре <i>Diaries of a Spaceport Janitor</i>	Почему в научно-фантастических играх, описывающих общество будущего, зачастую не осмысляются вопросы пола и гендера	Способы конструирования гендера в видеоигровой индустрии

В рамках данной работы мы, безусловно, не ставим перед собой задачу разрешить проблему с полным определением аватара и его свойств. Отметим лишь, что данная проблема есть, подходов к пониманию аватара много, и общепринятого пока что не существует. Однако помимо того, что у специалистов по *game studies* нет консенсуса относительно того, чем является аватар и как очертить его границы в рамках той или иной игры, также необходимо понимать, что далеко не у каждого аватара есть или может быть гендер: так, мы не можем обсуждать гендер протагониста в

*Dune II*, потому что фактически протагонистом этой игры является совокупность контролируемых игроком юнитов.

Сейчас для удобства мы допустим, что речь идет об игре, где аватаром является один конкретный персонаж, у которого совершенно определенно есть некий гендер. У него зачастую есть прошлое, предзаданное разработчиками, но есть и настоящее, которые вершит игрок, однако вершит он его в соответствии с теми возможностями, которые разработчик ему предоставил. Очевидно, что контроль над аватаром и вклад в его конструирование вообще и конструирование его гендера в частности у игрока и автора очень асимметричны не только количественно, но и качественно, что делает сравнение степени их контроля над этим процессом очень проблематичным.

Агентность игрока в конструировании гендера протагониста может различаться от игры к игре. В некоторых играх (например, в большинстве *RPG*) нам предоставляют возможность не только задать биологический пол персонажа, внешность и голос, но и подобрать ему одежду, выбирать реплики в диалогах, профессии, хобби и пр. В других играх мы получаем в управление предзаданного персонажа или нескольких персонажей и не можем повлиять ни на что из вышеперечисленного. Однако даже там, где у нас есть возможность повлиять на внешний вид и иные параметры управляемых персонажей, мы сталкиваемся с фундаментальной проблематичностью современных редакторов персонажей.

В своих статьях «Время картины мира» [89] и «К вопросу о технике» [90] М. Хайдеггер показывал, как современное научное и обыденное мировоззрение зависело от пресуппозиции исчислимости мира. Следствием этого явилось то, что способ исчисления мира в значительной степени опосредовал отношение индивида или сообщества как к миру вообще, так и к конкретным феноменам. На этой пресуппозиции в дальнейшем было построено множество теорий и, в частности, сильная программа социологии научного знания Д. Блура.

В своей работе «*Knowledge and Social Imagery*» [29] Блур утверждал следующее: во-первых, могут существовать не просто

разные способы исчисления мира, но и разные математики<sup>1</sup>; во-вторых, каждая из этих математик является социальным конструктом и не отражает объективную реальность; в-третьих, всегда существует тенденция к натурализации общепринятого в данный момент метода исчисления (математики) вплоть до отрицания самой возможности существования альтернатив.

В свете вышесказанного мы можем утверждать, что дискуссия о том, является ли переменная «гендер» дискретной (с набором из двух значений, которые ей можно присвоить) или континуальной, может рассматриваться как дискуссия о способе исчисления, который должен быть применен к миру. Все вышесказанное справедливо для игровых миров: чтобы сделать их более богатыми и разнообразными, разработчики стремятся преобразовать в переменные как можно больше элементов игрового мира (враги, тип местности, оружие, доспехи) и дать как можно более обширные наборы значений, которые игроки могли бы им присваивать. На первый взгляд могло бы показаться, что между предложением игроку закрытого списка значений для переменной «цвет волос персонажа» и предложением континуума значений для той же переменной существуют различия сугобо эстетического характера. Однако когда речь идет о гендере, различия между континуальностью и дискретностью переменных приобретают политическое значение. В течение десятилетий *RPG* воспроизводили ложные бинарности пола и гендера, и на данный момент видеоигровая индустрия все еще не стремится бросить вызов сложившимся представлениям о гендерной стратификации общества (разумеется, в инди-среде существуют исключения, например *Sunless Sea*, 2015).

Несмотря на то, что сегодня в мейнстримных видеоиграх мы можем наблюдать некоторое поверхностное гендерное равенство на уровне нарратива, оно, как правило, отсутствует в аудиальности и визуальности и в любом случае затрагивает только два гендера, которые, в свою очередь, жестко привязаны к двум биологическим полам, а небинарные персонажи если и присутствуют, то

---

<sup>1</sup> Блур подчеркивает, что не является автором этой идеи и приводит в качестве примера работу Л. Витгенштейна «Замечания по основаниям математики».

преподносятся как отклонения и не субъективируются через игральность. Было бы преувеличением счесть, будто редактор персонажа, предлагаемый в *RPG* и играх с элементами *RPG*, сообщает нам всю необходимую информацию о гендерной идеологии конкретной игры, но можно утверждать, что он становится одним из первых политических высказываний игры. В сущности, с его помощью конкретная игра заявляет, что в ее фикциональном мире перформативность гендера и пола отрицается, и вместо этого пол и гендер являются данностями, которые необходимо выбрать прямо сейчас, а в дальнейшем – столкнуться с последствиями этого выбора. Безусловно, классы, профессии и мировоззрения (*alignment*) тоже зачастую выбираются из закрытого списка значений, но дело с ними обстоит иначе ввиду того, что в мире за пределами игры не существует злокачественных стереотипов, будто «существует только 10 профессий и 9 мировоззрений», которые могли бы угрожать жизни и благосостоянию тех или иных социальных групп.

Важно отметить, что при этом сексуальная ориентация аватара зачастую не выбирается при создании персонажа, но как раз наоборот, отыгрывается по ходу игры, т.е. является перформативной, как, например, в *Dragon Age*, *Mass Effect*, *The Elder Scrolls V: Skyrim*. Очевидно, то же самое могло бы касаться и биологического пола: в большинстве игр репродуктивные качества нашего аватара не имеют никакого значения, связанные с половой принадлежностью медицинские нюансы отсутствуют, и потому само по себе наличие биологического пола у аватара зачастую несет в себе мало смысла.

Имплицитный игрок – подобно имплицитному читателю и зрителю – есть тот, к кому обращено произведение, по мнению самого читателя / зрителя / игрока. На всякий случай отметим, что данное понятие не следует путать с понятием целевой аудитории: целевая аудитория – это те, кого автор видит в качестве своего читателя. Имплицитный читатель – это тот, кого сам читатель видит в качестве целевой аудитории читаемого произведения (здесь и далее чтение и читатель употребляются в широком смысле, т.е. как потребление и потребитель художественного произведения соответственно).

Сюжет игры, ее персонажи, сопровождающая ее маркетинговая кампания – все это дает аудитории представление о том, кому данная игра адресована. Следует иметь в виду, что для обращения к той или иной целевой аудитории авторы далеко не всегда делают протагонистом истории представителя этой целевой аудитории: очевидно, что главным героем может быть стереотипизированная группой *Y* репрезентация социальной группы *X*, и в этом случае игра будет, несомненно, ориентирована на группу *Y*, а не *X*. Аналогичным образом не следует полагать, будто аудитория автоматически сочтет имплицитным читателем представителя той социальной группы, к которой относится протагонист.

От того, каким образом конструирует своего имплицитного читателя конкретная игра, зависит, почувствует ли потребитель вовлеченность в происходящее. От того, как это делает конкретная компания или видеоигровая индустрия в целом, зависит, будут ли геймеры ощущать, что представляемая ими социальная группа, ее опыт и ее интересы доминируют в массовой культуре, маргинализируются массовой культурой либо игнорируются ею вовсе. В долгосрочной перспективе те или иные тенденции в конструировании гендера имплицитного игрока влияют на гендерный состав видеоигровой аудитории и на групповую геймерскую идентичность (кто является «настоящим» геймером).

Говоря о гендере имплицитного игрока, мы опираемся на несколько пресуппозиций. Во-первых, мы не считаем, что каждый игрок осознает наличие имплицитного игрока вообще и его гендера в частности – в отличие от гендеров *NPC* и аватара, которые осознаются всегда. Иными словами, большинство рядовых пользователей не задаются всерьез вопросом «На кого ориентирована данная игра?» непосредственно по ходу игры или, во всяком случае, не стремятся к тому, чтобы четко сформулировать некое мнение по этому поводу, и ограничивается осознанием своей способности либо неспособности ассоциировать себя с персонажем (что потенциально может повлиять на решение продолжать либо бросить игру).

Во-вторых, имплицитный игрок в конкретном произведении способен не только соответствовать одному из устоявшихся стандартов маскулинности или фемининности, но и сочетать в себе черты нескольких из них, быть гендерно-нейтральным и т.д. Иными словами, не о каждой игре можно с уверенностью сказать, что «она предназначена для сорокалетних домохозяек» или «она однозначно ориентирована на мальчиков 12–16 лет». Имплицитный игрок, таким образом, в действительности зачастую будет иметь дробную идентичность – первопричина этого может заключаться в стремлении авторов обратиться к как можно большему числу сегментов геймерской аудитории.

В-третьих, гендер имплицитного игрока, по-видимому, в наименьшей степени конструируется в конкретной игре и в большей степени в индустрии в целом. Безусловно, конструирование гендеров *NPC* и аватаров также происходит не в вакууме, а в определенной социокультурной среде, но надо полагать, в случае с гендером имплицитного игрока среда играет наибольшую роль. Так, для определения гендера *NPC* нам в большинстве случаев может быть достаточно услышать его голос или увидеть одну-единственную деталь одежды – иными словами, нам достаточно иметь самые поверхностные, обыденные знания о том, как устроено общество. В то время как для того, чтобы сделать вывод, будто данная игра ориентирована на подростков мужского пола, нам необходимо иметь знания о том, какие темы согласно сложившейся традиции считаются «мужскими» и «подростковыми» в современной массовой культуре. Иными словами, гендер имплицитного игрока конструируется одной отдельно взятой игрой лишь фрагментарно, его полный образ складывается из анализа целой франшизы (которая может включать и произведения иных видов искусства: фильмы, комиксы и т.д.), целого жанра и т.д. Следовательно, отдельно взятая игра в каждом конкретном случае выступает и должна рассматриваться как выразитель некой тенденции.

## § 8.2. История гендерной проблематики в *game studies*

Обращаясь к десяткам исследовательских работ в области видеоигр и гендера, созданных за последние пятнадцать лет, мы обнаруживаем, что лишь в очень редких случаях можно говорить о консенсусе научного сообщества по какому-либо вопросу.

Тем не менее представляется возможным выделить несколько проблемных полей, к которым исследователи обращаются наиболее часто: во-первых, непризнание игровой индустрией растущей гетерогенности геймерского сообщества и, как следствие, неравная (количественно и качественно) представленность мужских, женских, гомосексуальных и гетеросексуальных персонажей в видеоиграх; во-вторых, гиперсексуализированность женских персонажей, объективация женского тела и прочие элементы, выражающие ориентированность видеоигр на *malegaze*; в-третьих, гендерные предубеждения самих исследователей, использование ими стереотипных пресуппозиций.

Эти проблемные поля оформились еще на рубеже 1990–2000-х гг. и до сих пор не утратили своей актуальности. Как справедливо отмечали Джо Брайс и Джейсон Раттер в статье *Killing like a girl: Gendered Gaming*

**Подвальный  
Максим  
Александрович,**  
ассистент,  
РГГУ, г. Москва

*and Girl Gamers' Visibility* [44], современный им этап исследования гендерных репрезентаций в видеоиграх характеризовался «доминированием» метода контент-анализа. Ни в следующие несколько лет, ни к настоящему моменту ситуация существенно не поменялась – и это нетрудно объяснить: контент-анализ как метод исследования любого вопроса касательно видеоигр привлекателен, помимо прочего, уже тем, что он **не** заставляет исследователя играть в игру.

На фоне вышесказанного примечательно, что в методических рекомендациях Массачусетского технологического института по анализу видеоигр (от 2011 г.) первым пунктом стоит: «Поиграйте в игру» [92]. Тем самым мы ни в коем случае не высказываемся против контент-анализа как метода, но лишь указываем на ограниченность его применимости. Во-первых, он пригоден для исследования больших тенденций, а не единичных случаев. Он полезен, когда требуется измерить «среднюю температуру по индустрии». Главное – не пытаться по ней одной ставить окончательный диагноз. Во-вторых, контент-анализ требует большой предварительной теоретической работы, в ходе которой будет убедительно показано, почему подсчет тех или иных единиц может дать какую бы то ни было информацию (увы, это то, что не всегда выполняется добросовестно).

В первых трех из вышеуказанных проблемных полей работа велась в большинстве случаев именно с помощью контент-анализа. Например, в рамках изучения гендерных репрезентаций в видеоиграх анализировались упаковки дисков, трейлеры игр, вступительные ролики и т.п., так как единицами счета исследователь волен избрать, например, «наличие женского персонажа на обложке» или «присутствие женского персонажа во вступительном ролике». Приводя в качестве примера работу *The representation of gender and ethnicity in digital interactive games* [96], нельзя не обратить внимание на некоторые пресуппозиции и выводы, противоречивость которых была очевидна уже в те годы: так, авторы характеризуют Лару Крофт – главную героиню серии игр *Tomb Raider* – как представителя «новой гендерной модели», «доминирующего женского протагониста» и в целом

однозначно относят ее к лагерю «нестереотипных», «прогрессивных» репрезентаций.

Не удивительно, что эти утверждения кажутся наивными сейчас, спустя пятнадцать лет, в течение которых можно было наблюдать десятки публикаций в СМИ [132] (и, что естественно, множество исследований [42], затрагивавших этот кейс) по поводу спорного образа Лары Крофт. Но гораздо более существенно, что еще в 2002 г. в работе Хелен В. Кеннеди *Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo? On the Limits of Textual Analysis* обнаруживается глубокий и всесторонний анализ кейса *Tomb Raider*, демонстрирующий всю сложность и противоречивость персонажа Лары Крофт как социокультурного феномена своего времени. Важно, что и Кеннеди в своих рассуждениях ссылается на еще более ранние работы, где гиперсексуальность главной героини и вуайеризм игрока в *Tomb Raider* рассматриваются с позиций психоанализа [173]. Следует понимать, однако, что такие работы по очевидным причинам пребывали в меньшинстве. Статья Кеннеди важна для нас и еще по одной причине: в ней происходит обращение к фанатскому творчеству как к заслуживающей внимания исследователей сфере, характеризуя рисунки, текстовый фанфикшн, пользовательские модификации и прочее как художественные высказывания, важные для понимания дискуссии по поводу той или иной игры.

Спор вокруг франшизы *Tomb Raider* важен в качестве частного проявления более широкой полемики в рамках данной области исследований. Разработчики хотят сделать так, чтобы игрок мог ассоциировать себя с персонажем, и их представления об игроке как молодом белом мужчине стимулируют их к тому, чтобы главные роли в игре (или вообще все роли) исполняли белые мужские персонажи – такова взаимосвязь вышеозначенных проблем, какой она представляется в работах многих исследователей. Но это – лишь один из возможных подходов. Другой может заключаться, например, в рассмотрении игрока не в качестве актера (стремящегося вжиться в роль героя), но в качестве зрителя или даже вуайериста, и в этом случае привлекательный женский персонаж в роли протагониста уже не будет рассматриваться как шаг к «новой гендерной

модели» или иному способу гендерной репрезентации, что снова оказывается ориентацией на запросы гетеросексуальной мужской аудитории. Отсюда и расхождения мнений по данному вопросу, которые во многом укоренены уже в способе сбора данных.

Отметим еще несколько тем, которыми зачастую занимались те же исследователи и исследовательские коллективы: особенности самоидентификации женщин-геймеров [24, 128, 177], реклама и маркетинг видеоигр, направленные на привлечение женской аудитории, самоидентификация и опыт геймеров-представителей ЛГБТ, опыт разработчиков видеоигр, где так или иначе затрагивается ЛГБТ-тематика [155], а также как все вышеназванные аспекты могут или должны повлиять на создание геймифицированных обучающих программ.

На стыке этих тем находится ряд работ, авторы которых указывают на некоторые характерные черты игровой индустрии, прямо обусловленные ее демографической структурой, в частности ситуацией, сложившейся на начало 2000-х гг., когда «белые гетеросексуальные мужчины среднего возраста» делали игры для «белых гетеросексуальных мужчин среднего и младшего возраста» – в одном из исследований такое положение дел именуется авторским термином «игровая гегемония» (англ. *Hegemony of Play* [95]). Авторы заявляют, что «[игровая] гегемония работает одновременно на экономическом и культурном уровнях»: на культурном уровне действует геймерское большинство, которое использует «риторику эксклюзии» по отношению к этническим и гендерным меньшинствам внутри геймерского сообщества, а на экономическом уровне им подыгрывают разработчики, которые посредством многомиллионных вложений в пиар, рекламу и маркетинг видеоигр продвигают дискриминирующие образы играющих меньшинств, указывая им на их место – далеко в стороне от «настоящих геймеров» [27, 138].

Данная тема развивалась во множестве других работ. Исследователи обращались к истории установления игровой гегемонии и ее связям с другими социокультурными феноменами (например, настольными играми для женщин 1900-х или 1950-х гг.), искали способы ее преодоления и прогнозировали ее ближайшее буду-

щее. Последовательным шагом на этом пути было обращенное к видеоигровой индустрии требование «признать различия», т.е. признать усиливающуюся гетерогенность геймерского сообщества, обратить вспять процесс исключения меньшинств и открыть в них отвергнутые ранее сегменты целевой аудитории<sup>1</sup>.

Признание различий между тем, как играют мужчины и женщины, как идентифицируют себя гетеро- и гомосексуальные игроки, – один из немногих вопросов, в отношении которых в исследовательском сообществе тех лет наблюдается консенсус. Но полемика разгорается сразу же, стоит сделать следующий логический шаг: если все они играют по-разному, то как это должно отразиться на практике, непосредственно в геймдизайне? И далее: как эти различия должны быть учтены, например, в практиках геймификации учебного или рабочего процесса?

В 2007 г. Дженнифер Дженсон (директор Института исследования образовательных технологий при Йоркском университете) и Сьюзан де Кастелл выступили с критикой многих современных им авторов и целых подходов, прямо обвинив их в использовании предвзятых, продиктованных стереотипами эпистемологических принципов, из которых «не может родиться ни плодотворной теории, ни, тем более, практики» [99]. Они критиковали попытку «именем науки» дать новую жизнь эссенциалистским претензиям: «Женщины от природы предрасположены к играм X, мужчины от природы предрасположены к играм Y», которые активно продвигались в работах<sup>2</sup> некоторых их коллег по *game studies*.

В частности, они критиковали ставшую клише исследовательскую пресуппозицию, согласно которой «девочки в большей степени ориентированы на кооперацию, а мальчики – на соперничество». Доказывая бессосновательность и непригодность этого стереотипа для научных целей, Дженсон и де Кастелл поднимали более широкую проблему эссенциалистских предубеждений в гендерных исследова-

<sup>1</sup> Здесь речь идет о максимальном включении в геймерское сообщество в том числе и тех, кто по тем или иным причинам традиционно относился к «неигрокам», например пожилых людей.

<sup>2</sup> В критическом ключе авторы отзываются о следующих работах: [48, 59, 102, 169, 170].

дованиях в рамках *game studies*, которых, как они доказывали, много, и без пересмотра которых будущие исследования навечно увязнут в поисках несуществующих «природой данных» (и, следовательно, якобы не обусловленных социокультурно) различий в сознании геймеров, которые позволили бы провести строгую границу между «молодыми гетеросексуальными белыми мужчинами» и «гомосексуальными чернокожими женщинами средних лет» внутри геймерского сообщества.

В научных работах последних лет можно обнаружить как обращение к принципиально новой проблематике, так и верность интеллектуальным трендам начала века, т.е. количественные исследования равной / неравной представленности мужских и женских персонажей в играх [108], в рекламе видеоигр и т.д., а также текстуальный анализ, анализ различий между женщинами / мужчинами-геймерами [114].

В числе относительно новых проблемных полей можно выделить феминистический геймдизайн [18, 175]. Исследователи описывают уже находящиеся в разработке или потенциально возможные игровые проекты, которые на том или ином уровне (геймплей, нарратив и т.п.) задействуют приемы феминистской критики поп-культуры и, по сути своей, являются инструментами этой критики.

Проследим связи данного направления с современным контекстом: очевидно, развитие феминистского геймдизайна в принципе может иметь двоякую цель. Во-первых, это, как и прежде, удовлетворение запросов, дискриминируемых или игнорируемых мейнстримом групп внутри геймерского сообщества (в конце концов весьма сомнительно, что крупные компании в обозримом будущем сами захотят продюсировать резкие критические высказывания о своей же собственной деятельности). Во-вторых, подобные игры, на данный момент разрабатываемые участниками исследовательского сообщества или выходцами из него, могли бы направлять общественную дискуссию в нужное русло. Своевременность такого рода проектов обуславливается современными возможностями независимого геймдизайна.

Из числа подобных исследований можно выделить проект *PsXXYborg*, созданный с опорой на киберфеминизм и работы

Донны Харауэй. Этот проект получил грант организации *Feminists in Games* [277], работающей, помимо прочего, в поддержку феминистского активизма в игровой индустрии. Отметим, что к *Feminists in Games (FiG)* имеют непосредственное отношение многие исследователи, упомянутые ранее в данной работе, в том числе Дженсон и Кеннеди. Также достойно упоминания *Queer Games Movement (Naomi Clark, Merrit Kopas, Todd Harper, Jaakko Stenros, Kaho Abe, Bonnie Ruberg)*, которое ставит перед собой задачу проблематизировать гетеронормативность мышления самих исследователей игр.

### § 8.3. Игровое сообщество

События последних 4–5 лет, и в частности вышеупомянутый геймергейт, подстегнули интерес к традиционно популярным темам и лишний раз указали на их неубывающую актуальность: ориентация большей части продукции на мужскую гетеросексуальную аудиторию, игнорирование интересов меньшинств внутри геймерского сообщества, конфликт между различными группами внутри геймерского сообщества, – все эти проблемы никуда не исчезли.

Одним из наиболее очевидных вопросов, связанных с выходом дискуссии о репрезентациях в публичное пространство, стал вопрос о рецепции феминистской критики геймерским сообществом, игровыми журналистами, крупными и независимыми разработчиками, а также видеоблогера-

*Подвальный  
Максим  
Александрович,  
ассистент,  
РГГУ, г. Москва*

ми разных стран или разных языковых сегментов сети Интернет.

Неудивительно, что, проанализировав общение участников какого-либо популярного профеминистически ориентированного паблика о видеоиграх в социальных сетях, можно обнаружить, что их вариант феминизма имеет очень мало общего с теми источниками, откуда они когда-то позаимствовали бóльшую часть своей теоретической базы.

Не менее интересно дела обстоят и с антифеминистски ориентированными группами, которые в последние несколько лет учились адаптироваться к феминистской критике видеоигр и вырабатывали свой собственный язык – язык борьбы с феминизмом (а точнее, с тем, что они считают феминизмом) в видеоигровой индустрии и геймерском сообществе.

Когда 5–7 лет назад консервативно настроенная часть геймерского сообщества впервые столкнулась с неизвестными им ранее «объективацией» и «инклюзивностью» (вместе со «слатшеймингом», «газлайтингом» и «виктимблеймингом», пришедшими из других сфер), многие из них так или иначе ощутили, что проигрывают информационную войну, так как на тот момент у них не было дискурсивных средств борьбы с этим новым для них врагом.

Обратим внимание на тот фрейм, в который консервативно настроенная часть российского геймерского сообщества поместила феминистскую критику видеоигр с самого начала: руководствуясь старыми лекалами, многие геймеры определили феминисток как «очередных консерваторов(!), атакующих новые медиа». Данный пример взят из обсуждений в социальных сетях [314]. Такая реакция объясняется довольно просто: многим из современных геймеров на протяжении их жизни приходилось сталкиваться с критикой их увлечения со стороны самых разных групп: религиозных организаций, лидеров общественного мнения, обеспокоенных «насилием в видеоиграх», политическими и общественными деятелями<sup>1</sup>, которые делали себе скандальную репутацию на страхе перед новыми медиа, и т.п. Неудивительно, что на этом фоне феминистская критика видеоигр представилась многим еще од-

---

<sup>1</sup> Одной из самых известных фигур в этой борьбе долгое время был американский адвокат Джек Томпсон. См.: [230].

ним видом социального алармизма по поводу «вредных игр, которые губят наших детей»<sup>1</sup>, а сами фем-активисты – мошенниками, которые с помощью необоснованных обвинений, надуманных проблем и словесной эквилибристики пытаются то ли «уничтожить игры», то ли заставить игровую индустрию играть по их правилам.

В частности, для значительной части российской аудитории любые журналисты и видеоблогеры, выступающие с феминистской критикой видеоигр, неожиданным образом представляются «врагами» того же рода, что и российские власти, которые, с их точки зрения, также стремятся запретить и уничтожить все, чего не понимают и не могут контролировать (это во многом связано с теми высказываниями, которые в последние годы позволяет себе российский истеблишмент в отношении видеоигр). Анита Саркисян, обвиняющая отдельные игры и игровую индустрию в целом в мизогинии, для них оказывается чуть ли не единомышленником Владимира Мединского, называющего игры «абсолютным злом».

Также обратим внимание на факт, зафиксированный англоязычными и русскоязычными обозревателями, освещавшими конфликты между «прогрессистами» и «реакционерами»: «На противоположной стороне оказались белые гетеросексуальные мужчины в возрасте от 18 до 40 лет, реакционеры и консерваторы, выступающие, как считает интернет-сообщество, за сохранение в игровой индустрии порядков начала-середины 2000-х» [215]. Для нас здесь важно следующее: определенная часть геймерского комьюнити ощутила, что «порядки» меняются, и меняются отнюдь не в их интересах – они рискуют перестать быть основной целевой аудиторией, индустрия грозит переориентироваться в угоду иным сегментам целевой аудитории, и тогда их «игровой гегемонии» придет конец. Ощущение размытия их геймерской идентичности и угроза полного ее упразднения подталкивали консервативно настроенных геймеров к противодействию процессам инклюзии. Важно понимать, что сами противодей-

---

<sup>1</sup> Примеров подобных высказываний множество, достаточно посетить любой сайт, где есть раздел с популярной психологией: [275, 291].

ствующие рассматривали свои действия как самозащиту и защиту игровой индустрии от «уничтожителей и запретителей». К сожалению, вплоть до настоящего момента их язык описания данных процессов так и не получил заслуженного внимания со стороны академических исследователей, но можно надеяться, что это произойдет в ближайшем будущем.

К настоящему моменту мы можем констатировать, что миновал тот этап, когда игровая индустрия «притворялась», будто не знает о существовании играющих женщин, играющих секс-меньшинств и т.д. Здесь проблема заключается в том, что хотя теперь игровая индустрия и признает гетерогенность аудитории и процессы инклюзии как будто были запущены, разработчики в большинстве своем по-прежнему предпочитают видеть в пользователях-потребителях своей продукции объекты без независимого мышления и рефлексии, способные лишь выдавать привычный ответ на привычный стимул [91].

В основе популярных в наши дни бихевиористских подходов к геймдизайну (они особенно популярны в современном геймдизайне мобильных приложений и социально-сетевых игр) лежит принцип «стимул–реакция», который направлен главным образом на стимуляцию узнавания. Иными словами, задачей геймдизайнера зачастую считается сборка игры из хорошо знакомых аудитории частей, при этом изобретение и применение чего-то нового должно старательно избегаться: стереотипные персонажи, стереотипные сюжеты и игровой процесс, содержащий минимум новых механик и состоящий из многократного повторения небольшого набора однотипных действий. Примечательно, что в очень многих практических руководствах по бихевиористскому геймдизайну можно найти сравнение игрока с крысой в камере Скиннера, где животное получает вознаграждение за нажатие на кнопку.

К сожалению, задаваясь вопросом о причинах косности игровой индустрии, о медлительности, с которой она реагирует в том числе и на изменение демографической структуры аудитории, многие исследователи предпочитают оставлять его риторическим. Наиболее распространенная альтернатива – «капитализм» как универсальное

объяснение всего: если бизнес делает нечто спорное, непонятное, неприятное для геймерского сообщества (или нечто, расходящееся с мировоззрением исследователя), значит каким-то образом бизнесу это выгодно. Очевидно, подобные объяснения крайне неудовлетворительны: участники рынка постоянно совершают ошибки, постоянно оказываются вынуждены бороться с их последствиями, нести и компенсировать денежные и репутационные издержки. В данном случае речь идет отнюдь не о том, чтобы требовать экономических выкладок от каждой работы, посвященной, например, текстуальному анализу той или иной игры, но о том, чтобы по меньшей мере отказаться от объяснения всех спорных ситуаций исключительно глупостью («они до сих пор не подозревают, что их аудитория неоднородна») или злым умыслом («они делают это, чтобы и дальше дискриминировать меньшинства»). Вполне возможно, что правильный ответ на вопрос о спорных геймдизайнерских (рекламных, маркетинговых) решениях может быть получен при изучении еще одного языка описания – того, которым оперируют геймдизайнер, сценарист, продюсер и глава рекламного отдела.

Изучение языка современного геймдизайна и языка современной рекламы – это способ для исследователя узнать, каким образом разработчики метафорически структурируют процесс создания игры, свое видение игрока и свое видение взаимодействия игрока с видеоигрой, и таким образом лучше понять, как проблеме репрезентаций, гендеризованного дискурса и т.д. видят и осмысливают разработчики.

Обобщая вышесказанное, можно заметить, что все выделяемые здесь темы в той или иной степени связаны с изучением и сопоставлением различных языков описания – и последнее важно в наибольшей степени. На современном этапе исследования гендера и видеоигр изолированное изучение языка одного из акторов в дискуссии о репрезентациях уже вряд ли может считаться достаточным, так как в большинстве своем эти языки описания не саморефлексивны. Любой из рассматриваемых акторов (сообщество разработчиков, профеминистски настроенный видеоблогер, его зрители, редакция журнала о видеоиграх) может посредством своего языка формировать такую картину мира, в рамках которой все

процессы и явления будут исчерпывающе объяснены и как будто поняты.

Изолированное рассмотрение такой точки зрения создает иллюзию ее полноты: ее носитель способен логично и последовательно (иногда даже со ссылками на множество исследований, что добавляет вес его аргументации) объяснить любое явление и обосновать любое геймдизайнерское или маркетинговое решение, принятое компанией. Аналогичным образом может быть исчерпывающе объяснена полемика вокруг связанных с видеоиграми гендерных вопросов с позиции консервативно настроенных геймеров: вся эта история была раздута несколькими людьми, желающими дешевой славы, в действительности проблемы с репрезентациями различных полов и гендеров в видеоиграх нет. «А если она была, то почему мы ее не замечали?» – так могут они аргументировать свою позицию, в то время как незаметность меньшинств и их проблем – лишь еще одна большая проблема.

Столкновение языков описания, будь то естественное (на различных коммуникативных площадках всемирной Сети) или искусственное (на страницах исследовательской работы), способно обнаружить их несовместимость: так, «логичное и обоснованное» решение наполнить игру гиперсексуализированными женскими образами, «потому что так хочет аудитория», в действительности раскалывает аудиторию на несколько враждующих лагерей, и плодотворный анализ их конфликта будет невозможен при рассмотрении его с позиций здравого смысла или с учетом языка описания только одной из сторон.

Обращаясь к нескольким десяткам публикаций последних пятнадцати лет, можно проследить развитие не только тех или иных подходов или проблемных полей, но и надежд, которые возлагали исследователи на видеоигровую индустрию или на *game studies*. Особый интерес представляют, конечно же, те из них, которые так или иначе оправдались. Например, сбылись пожелания многих исследователей начала-середины 2000-х гг. относительно включения в геймерское сообщество новых групп: людей старшего поколения, женщин и девочек, а также так называемых «негеймеров», т.е. людей, не интересующихся традиционными жан-

рами видеоигр (вроде шутеров от первого лица и стратегий в реальном времени) по тем или иным причинам, например от нежелания вкладывать в игру много времени и осваивать сложные игровые механики.

К настоящему моменту сформировался сегмент «игр для девочек», воспроизводящих в своем нарративе и симулирующих в геймплее патриархальные стереотипы о традиционной роли женщины в обществе. Появился и сегмент игр для «не-геймеров»: сейчас таковыми считаются мобильные и социальные игры, а также некоторые ММО, базирующиеся на условно-бесплатной модели. И это, следует признать, совсем не то, что исследователи имели в виду. Хотя, разумеется, нельзя сказать, будто все мечты сбылись превратно: в сегменте «игр для не-геймеров» появились, например, спортивные игры для приставок с кинетическими контроллерами (*XBOX-Kinect, WiiU*).

С другой стороны, не менее интересны феномены, никем не предсказанные: пятнадцать лет назад мало кто воспринял бы все-речь утверждение, будто смотреть, как играют другие, может быть интереснее, чем играть, а те люди, которые будут транслировать свой игровой процесс онлайн, станут лидерами общественного мнения – в том числе в области феминистской критики видеоигр.

В данной главе были рассмотрены лишь некоторые ключевые тенденции и феномены, определяющие современный этап развития видеоигровой индустрии и геймерского сообщества. В частности, лишь бегло были упомянуты такие аспекты, как модострое-ние, реклама, маркетинг и пиар в отрасли, независимая видеоигровая журналистика, и совершенно упущенной оказалась, например, культура компьютерных клубов начала-середины 2000-х гг., исследование которой также может быть ценно в рамках изучения связанных с видеоиграми гендерных вопросов. Однако составление любого исчерпывающего перечня (произошедших за 10–15 лет изменений, их последствий для *game studies* и пр.) потребовало бы гораздо более масштабного исследования.

В рассмотренных работах последних 15 лет обнаруживается множество разнообразных ракурсов рассмотрения дискуссии о репрезентациях, однако в общем и целом преобладают работы, в

которых основанные на метриках и статистике общие рассуждения значительно предпочитались глубокому анализу конкретных кейсов. И, как правило, наиболее информативными и полезными для понимания дискуссии о репрезентациях оказывались работы, посвященные детальному анализу репрезентаций в одной игре, а не поверхностному рассмотрению нескольких сотен с целью вычислить «среднее арифметическое» всей игровой индустрии.

Наиболее очевидные претензии по этому поводу можно предъявить к контент-анализу: анализ обложек, трейлеров, рекламных роликов, вступительных заставок сейчас кажется совершенно неудовлетворительным методом сбора данных из-за своей частой атеоретичности, не позволяющей в итоге перейти от метрик к причинно-следственным связям и выводам.

Популярный в текстуальном анализе тест Бекдел<sup>1</sup> также зачастую неспособен дать релевантных данных: в конце концов рассматриваемая игра может не иметь персонажей вообще (например, если это конструктор), и в этом случае провал теста Бекдел не будет говорить ни о чем – это неоднократно отмечалось критиками данного подхода. Этот тест, безусловно, может оказаться чрезвычайно полезным для анализа больших массивов данных: если тест Бекдел не прошли все игры, выпущенные компанией EA, – это может дать нам некоторую информацию о политике данной компании. Если тест Бекдел не прошли все игры, выпущенные в конкретной стране за последний год, два или десять – это позволяет говорить о тревожной тенденции. Но если тест Бекдел не прошла одна конкретная игра – из этого вряд ли можно сделать какие-то выводы.

Новые направления исследований также потребуют и новых методов. Так, исследование видеоблогеров и стримеров видится плодотворным только в случае рассмотрения их в качестве новых медиа – и здесь потребуются привлечение подходов из макси-

---

<sup>1</sup> Тест на проверку художественного произведения на гендерную предвзятость. Для того, чтобы пройти его, произведение должно содержать в себе хотя бы два женских персонажа, которые беседуют между собой о чем-либо, помимо мужчин. Иногда добавляют, что эти две женщины должны быть названы по именам.

мального большого числа дисциплин для комплексного изучения экономических, социокультурных, коммуникативных и технических аспектов явления. В противном случае появится серьезный риск упустить из виду существенные аспекты нового медиа и начать ошибочно изучать его как подвид одного из старых.

Исследование различных подходов к геймдизайну подразумевает изучение и независимого геймдизайна (в том числе феминистского), и различных мейнстримных подходов. В перспективе, это должно дать ответ на вопрос, насколько сильно гендерные идеологии видеоигры зависят от избранного разработчиком подхода к геймдизайну или модели монетизации приложения.

Помимо языков описания важными темами являются взаимосвязь материальных компонентов гейминга (устройств ввода-вывода) с гендерными вопросами [20], квир-проблематика и региональная специфика гендерных репрезентаций в видеоиграх и дискурса по поводу таковых. Последнее замечание, которое имеет смысл сделать здесь, заключается в следующем: каковы гендерные идеологии в видеоигровой культуре и в чьих интересах они существуют – никогда не было секретом для исследователей. Вопрос состоит в том, какими именно методами и инструментами они воспроизводятся, а также каким может и каким должно быть их будущее.

## 9. ГЕЙМИФИКАЦИЯ: ОСМЫСЛЕНИЕ И ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ



### § 9.1. Понятие геймификации, ее модели и примеры

Сегодня в российском контексте уже мало кого можно удивить этим словом – «геймификация». Оно распространяется через СМИ [207, 255, 274], через научные журналы [187, 208], через переводы на русский язык трудов, уже ставших классическими в этой области [204]. Проблема в том, что в понятие геймификации часто включаются инородные элементы, из-за чего оно становится чересчур широким. Особенно эта проблема характерна для СМИ<sup>1</sup>.

По этой причине первой задачей данной главы является выявление устоявшегося понятия геймификации в исследованиях видеоигр, необходимое для установления его четких границ. Иначе данное понятие рискует стать излишне широким (тем, что в англоязычных источниках принято

**Салин  
Алексей  
Сергеевич,**  
*кандидат философских  
наук, тьютор,  
МГУ, г. Москва*

---

<sup>1</sup> Например, автор статьи «Что такое геймификация?» с портала «Зеркало мира» ставит знак равенства между геймификацией и игровым обучением [279].

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

называть *overextended concept*), что делает его бесполезным в рамках подлинно научного исследования.

Второй задачей данной главы являются критический анализ реальных воплощений этого понятия, т.е. геймификации как явления и попытка наметить возможные способы решения проблем, связанных с тем, как до сих пор понималась и осуществлялась геймификация. Устоявшееся и прижившееся в современной науке определение геймификации дают Кевин Вербах и Дэн Хантер: «Геймификация – использование игровых элементов и игровых механик в неигровом контексте» [204, с. 36].

Данное определение, конечно же, не является самоочевидным. По этой причине необходимо последовательно разобрать входящие в него составляющие.

Игровые элементы – это отдельные инструменты, из которых должна быть построена игра, элементарные «кирпичики» геймификации. Всего Хантер и Вербах насчитывают 15 типов игровых элементов: достижения, аватары, бейджи, битвы с боссами, коллекционирование, сражения, доступ к контенту, подарки, рейтинги лидеров, уровни, очки, квесты, социальный профиль, команды, виртуальные товары [204, с. 121–122]. Разумная комбинация данных элементов составляет основу для создания игры, однако из них одна игра не выстроится, помимо этих статичных элементов нужны некоторые процессы, которые свяжут их воедино. По этой причине игровые элементы должны быть дополнены игровыми механиками.

Игровые механики – это уже не неподвижные элементы, кирпичики игры, а те процессы, которые приводят их в движение и, собственно, вызывают у игрока чувство вовлеченности в игру. Хантер и Вербах приводят следующий список игровых механик: задания, шанс<sup>1</sup>, соревнование, обратная связь, накопление ресурсов, вознаграждения, сделки, ходы, состояние победы [204, с. 120]. Без всех этих процессуальных составляющих игры элементы игры не смогут прийти в движение и втянуть игрока. Например, если бейджи и очки не будут наглядно представлены игроку, они будут слишком аб-

---

<sup>1</sup> Имеются в виду в принципе элементы случайности в игре.

стракты; они должны быть включены в цельный процесс обратной связи, который должен быть нагляден для игрока.

Наконец, неигровой контекст – это неигровые цели. То есть в условиях геймифицированных систем стремление игрока к выполнению им игровых, внутренних целей приводит к выполнению и некоторых неигровых, внешних целей. Иными словами, геймификация – это использование механик и элементов гейм-дизайна в неигровых практиках. Стремясь к выигрышу или накоплению очков в геймифицированных системах, мы тем самым начинаем делать что-то еще: лучше работать на нашу компанию, учиться, совершать важные научные открытия или же выполнять социально значимую для общества работу.

### Модели геймификации

Хотя определение Хантера и Вербаха является признанным в современном контексте, разные специалисты видят сам процесс геймификации по-разному. Некоторые профессиональные геймификаторы сосредоточивают свое внимание в большей мере на одних механиках, другие – на других. По этой причине само использование игровых компонентов и механик в неигровом контексте они видят по-разному. На сегодняшний день есть три основные модели геймификации.

#### *PBL-модель*

Данную модель можно считать базовой моделью геймификации, так как она представляет собой внедрение во внеигровую среду трех основных элементов игр, без которых сложно было бы себе представить геймифицированную систему в принципе: очков, бейджей и рейтингов лидеров<sup>1</sup>. Данная модель, во-первых, не уделяет достаточного внимания другим игровым элементам, а во-вторых, не учитывает в полной мере необходимость сочетания иг-

---

<sup>1</sup> Собственно, название данной модели представляет собой аббревиатуру английских слов, обозначающих данные элементы: *Points, Badges, Leaderboards*.

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

ровых элементов с игровыми механиками. Из-за этого игровой процесс оказывается в них слишком абстрактным. Тем не менее PBL-модель может служить хорошим началом для внедрения игр в определенный неигровой процесс, и если геймификатор не ставит перед собой задачи создать некоторый долгосрочный продукт, ее вполне может хватить. Системы, созданные на основе подобной модели, способны быстро мотивировать людей и привлечь их интерес, но если данные системы вовремя не преобразить, интерес этот так же быстро и угаснет.

Так произошло, например, с приложением *Foursquare*. Оно появилось в 2009 г. и использовало только данные элементы. Хотя некоторое время данное приложение вызывало особый интерес, вскоре PBL-элементы надоели игрокам, и они не знали, что делать со всем этим дальше. В итоге уже через 5 лет, в 2014 г. произошло разделение *Foursquare* на *Foursquare* и *Swarm*: первый стал просто вариантом приложения для проставления рейтинга разным публичным местам и поиска этих публичных мест, второй же превратился в геолокационную социальную сеть, но ни первое, ни второе приложение уже не содержало особо выделенных элементов гейм-дизайна. Эта дегеймификация показывает недостаточность PBL-модели и ее недолговечность [204, с. 107–117].

### *Модель геймификации Кевина Вербаха и Дэна Хантера*

В противовес PBL-модели и как ее дополнение Кевин Вербах и Дэн Хантер предлагают свою, усовершенствованную модель. Они считают, во-первых, что PBL-элементы – это не единственные игровые элементы, которые можно использовать во внеигровых контекстах, во-вторых, что помимо элементов существуют и механики, и, наконец, в-третьих – и это здесь важнее всего, – что для определения подходящих для каждого конкретного случая игровых элементов и механик необходимо сначала определить цели разрабатываемых геймифицированных систем.

В целом у геймифицированных систем может быть четыре основных цели: приносить выгоду организации за счет мотивации ее сотрудников; приносить выгоду организации за счет мотивации

неопределенного круга лиц; изменять поведение сотрудников организации ради их блага; изменять поведение неопределенного круга лиц ради их блага. Отсюда Хантер и Вербах получают четыре главных типа геймифицированных систем, которые схематически изображены на рис. 54 [204, с. 29].

Внутренняя геймификация направлена на улучшение работы организации за счет мотивации ее сотрудников. В качестве примера внутренней геймификации Вербах и Хантер приводят игру на проверку качества языка в *Microsoft*: для запуска *Windows 7* по всему миру было необходимо проверить качество перевода всех диалоговых окон в этой операционной системе. Это большой и упорный труд, который Росс Смит, руководитель группы тестирования в *Microsoft*, решил геймифицировать и предоставить всем сотрудникам *Microsoft*, а не только своей группе: он создал игру, которая начисляла очки за исправление языковых ошибок в *Windows 7* отдельным сотрудникам *Microsoft* по всему миру и представляла их результаты друг другу в виде рейтингов лидеров. В итоге из-за создания общего духа соревновательности сотрудники по всему миру делали то, что они делать были не обязаны, просто потому, что это было увлекательно.



Рис. 54. Модель геймификации Вербаха и Хантера

Внешняя геймификация осуществляется в интересах организации, но за счет привлечения внешних лиц. Это может подразумевать как привлечение новых клиентов, так и привлечение простых людей в качестве неоплачиваемой рабочей силы, т.е. краудсорсинг.

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

Что касается привлечения новых клиентов, то здесь подразумевается начисление очков и бейджей людям, верным определенному продукту. В целом это похоже на традиционные программы лояльности, но оформление подобных практик в качестве игр делает их более увлекательными за счет упора на соревновательность. В качестве примера Хантер и Вербах приводят газету *Record Searchlight* [204, с. 30–32], геймифицировавшую взаимодействие читателей со своим сайтом: за прочитанные статьи, подписки и комментарии читатели получали очки и бейджи.

Что касается краудсорсинга, здесь речь идет о создании таких игр, прохождение которых предоставляло бы организациям определенного рода ресурсы, которые им необходимы. Фактически игроки работают на компанию, но получают в качестве вознаграждения саму работу, так как она привлекает их своей игровой формой и доставляет им удовольствие. В качестве примеров мы далее более подробно рассмотрим такие проекты, как *Ingress* и *Investigate Your MP's Expenses*.

Геймификация, меняющая поведение сотрудников компании, проводится в интересах не самой компании, а ее сотрудников, и направлена по большей части на формирование у них хороших привычек. Хантер и Вербах приводят в качестве примера программу *Keas* (2009), которая мотивирует сотрудников на предпринятиях лучше следить за своим здоровьем, начисляя им баллы за успешное прохождение тестов на лишний вес, изменение питания, физические упражнения и т. п. [там же, с. 32–35].

Если подобные программы создаются, но уже не для сотрудников компаний, а для широкого круга лиц, то это пример геймификации, меняющей поведение частных лиц. В качестве примера можно привести программу *SuperBetter* (2012), созданную Джейн МакГонигл и геймифицирующую процесс восстановления после серьезной травмы. В ней игрок может устанавливать для себя цели, необходимые для его или ее выздоровления, а за их достижение получать очки. При этом игра визуализирует достигнутый прогресс, что не позволяет игроку падать духом, но всегда мотивирует на дальнейшую борьбу с недугом. Игра предполагает помощь близких, которые также участвуют в данной игре, выполняя

ют специальные задания, которые дает им игрок, и одобряют каждое достижение игрока с помощью аналогов отметок «мне нравится» из социальных сетей. Игра направлена на личную выгоду конкретных частных лиц, на заботу об их здоровье и хорошем самочувствии [119, р. 133–142].

Модель Кевина Вербаха и Дэна Хантера создана для того, чтобы учитывать в процессе создания геймифицированных систем, какие именно цели они будут выполнять. Конечно, геймификатор должен будет учитывать и конкретные особенности деятельности каждой организации, как и то, какие именно привычки он захочет изменить. Но общая канва задается именно этой четырехмерной схемой.

### *Восьмимерная модель Ю-Кай Чоу*

Ю-Кай Чоу исходит из того, что для создания геймифицированной системы недостаточно знать только, какие цели должна выполнять данная система, как это было в модели Вербаха и Хантера. Необходимо знать еще и то, чего именно хотят сами люди, задействованные в данной системе. С точки зрения Ю-Кай Чоу, существует 8 основных человеческих чувств и потребностей, благодаря которым люди могут быть мотивированы видеоиграми [53]:

1) потребность в чувстве собственной значимости (эту потребность мы удовлетворяем, когда выполняем важные, эпические для игрового мира задания, например спасаем *Skyrim* от драконов);

2) стремление к удачному выполнению заданий (это стремление особенно наглядно дает о себе знать, когда игрок начинает играть заново только ради того, чтобы открыть оставшиеся достижения, *achievements*);

3) стремление к развитию своих навыков (по этой причине многих игроков мотивирует процесс повышения уровней, *level-up*);

4) чувство собственности (это чувство особенно удачно удовлетворяется экономическими симуляторами, в которых главным императивом оказываются постоянный рост и накопление ресурсов);

5) стремление обладать ограниченными ресурсами (здесь речь идет уже не об абстрактном обладании, а об обладании особыми ресурсами в мире игры, например мечом Азерота в *WoW*);

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

6) потребность в установлении связей с людьми (данная потребность наилучшим образом удовлетворяется *MMORPG* и социальными играми);

7) любовь к открытию неизведанного (это чувство вызывает у игроков любовь к большим открытым мирам);

8) стремление к избеганию неблагоприятных последствий (это чувство заставляет игрока всеми силами цепляться за жизнь, оставшись с минимальным количеством *HP*).

С точки зрения Ю-Кай Чоу, геймификатор должен знать не только цели, которые призвана выполнять геймифицированная система, которую он собирается выстроить, но и психологические особенности тех людей, для которых она будет предназначаться. Геймификатор должен сначала провести психологическое исследование людей, для которых он будет создавать геймифицированную систему, чтобы понять, что для данного коллектива станет лучшим мотиватором. В этом особенность модели Ю-Кай Чоу. Часто данную модель считают наиболее продвинутой именно за счет ее обоснования в психологии личности.

### Примеры геймификации

Итак, геймификация представляет собой использование игровых элементов и механик в неигровых контекстах. В каких контекстах она приносит наиболее значительные результаты? Как правило, выделяют три таких сферы: науку, образование и менеджмент.

#### *Геймификация в науке*

Самым ярким примером использования геймификации в науке является игра *Foldit* (2008) [119, р. 240–242]. Ее пример до сих пор является парадигмальным, а успех – непревзойденным. Игра была разработана Центром науки об играх Вашингтонского университета вместе с факультетом биохимии этого же университета. Игра моделирует процесс фолдинга белка, т.е. его сворачивания при переходе в функциональное состояние, в котором он и встречается в природе. В ходе игры игроки берут модель белка и

начинают сворачивать ее во всевозможные пространственные конфигурации (рис. 55). Чем более сложные структуры они сворачивают, тем больше очков получают. Самые высокие результаты как раз и интересуют ученых с факультета биохимии Вашингтонского университета. Они проверяют их, исследуют и делают вывод о том, как можно было бы использовать полученные модели в рамках своих научных исследований.

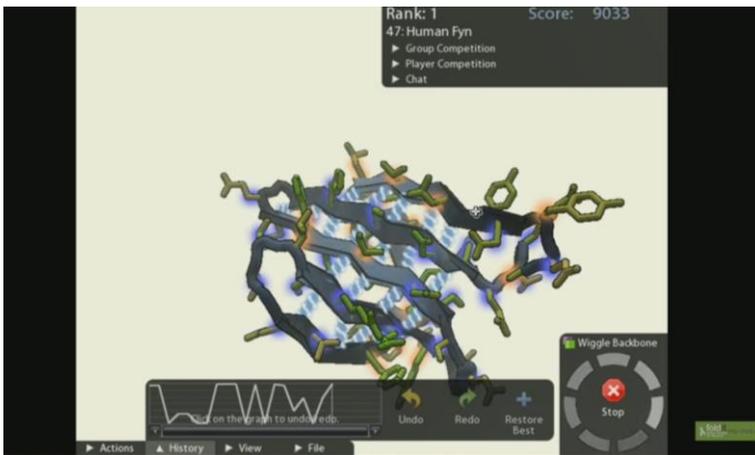


Рис. 55. Скриншот *Foldit* (2008), *University of Washington*

Настоящий прорыв случился в 2011 г., когда с помощью игроков *Foldit* ученые смогли разгадать структуру обезьяньего ретровируса, вызывающего у приматов СПИД. Причем игроки *Foldit* справились с квестом, который моделировал поиск этой структуры, всего за десять дней, тогда как сами ученые бились над проблемой фолдинга данного белка 15 лет. В этом и заключался прорыв *Foldit*: то, что ученые не могли сделать 15 лет, геймеры сделали за 10 дней. По результатам данного исследования ученые с факультета биохимии Вашингтонского университета опубликовали статью в научном журнале *Nature* и даже указали *Foldit Contenders Group* и *Foldit Void Crushers Group* (два игровых «клана» внутри мира *Foldit*) среди авторов данной статьи [106]. Часто этот инцидент интерпретируют так, что благодаря геймификации у нас, наконец, появился путь к гражданской науке, когда простые люди сами становятся исследователями, что в перспективе сможет

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

послужить лучшей социальной ответственности ученых перед простыми гражданами [202].

Среди прочих программ, геймифицирующих науку, мы можем назвать *EteRNA* (2010), также моделирующую процесс фолдинга, но уже не белков, а нуклеиновых кислот, и *Phylo* (2010), реализующую в игровой форме множественное выравнивание последовательностей (МВП) – задачу по выявлению одного общего предка у представителей разных видов через анализ их ДНК. Данные игры также привели к значительным успехам. Всего за год с момента выхода *EteRNA* в 2010 г. игроки помогли ученым синтезировать более 300 соединений нуклеиновых кислот. За два года существования *Phylo* игроки смогли улучшить результаты МВП на 70% [202, с. 188–189].

### *Геймификация в образовании*

В области геймификации образования в качестве главного примера часто называют нью-йоркскую школу *Quest to Learn* (2009), в которой учатся школьники 6–12-х классов. Весь учебный процесс построен в форме видеоигры: задания, которые получают школьники, оформляются не как обязательные требования, но как миссии, которые они сами еще должны для себя найти, решить, как их выполнить и т.д.

Таким образом, в школьном процессе начинают активно использоваться такие игровые элементы, как квесты – цельные миссии, состоящие из нескольких заданий. Оформление игры как квеста, который школьник сам для себя находит и пытается решить, позволяет лишить процесс обучения ощущения обязательности и принудительности, что очень сильно мотивирует учеников. Оказывается, что если оформить задания таким образом, само их выполнение оказывается наградой для ученика. От стандартной системы оценок эта школа отказывается. Вместо этого в ней вводится система бэйджей, которые показывают, что именно сделал ученик, в каком проекте он поучаствовал и т.д. Причем эти бэйджи ученики публикуют в своем аккаунте в социальной сети, специально разработанной для использования в

школе *Quest to Learn*. Это позволяет школьникам получать обратную связь не только от учителей, но и от своих сверстников: если ты получаешь определенный квест и не знаешь, как его решить, ты можешь посмотреть в социальной сети, кто в школе из учеников и учениц разбирается в этом, и попросить у него или у нее помощи. Это улучшает усвоение информации каждым учеником, так как им приходится рассказывать другим о добытых ими знаниях. Всякий преподаватель по себе знает, что лучший способ усвоить материал – это дать его другим, преподать его. Также, в отличие от оценок, эта форма обратной связи отражает не абстрактную способность учеников и учениц соответствовать школьным требованиям, но показывает именно их умения и навыки, демонстрирует им самим и окружающим, что и как умеют делать именно они. Это усиливает чувство реального саморазвития и собственной значимости, а не только активизирует желание выполнять задания. Квесты в этой школе создаются принципиально непростые в том смысле, что они всегда задействуют знания и умения школьников из самых разных предметных областей. Это формирует у учеников системное мышление, а не узкоспециализированное, что также важно для современного мира [119, p. 127–132].

Однако геймификация возможна и в условиях высшего образования. Это ярко продемонстрировал профессор Джефф Бранд, преподающий курс по интерактивным медиа в Университете Бонд в Австралии. Среди тем, включенных в его курс, есть и видеоигры. И однажды ему пришла в голову идея использовать онлайн-игру в жанре «песочницы» *Minecraft*, чтобы воссоздать в ее мире здание Университета Бонд. Основная механика данной игры заключается в добыче ресурсов (*mining*) и создании из них сооружений (*crafting*), что позволяет создавать большие 3D-модели, позволяющие моделировать самые разные вещи: от системы кровообращения до урбанистических пейзажей Европы и Америки<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Поэтому игра *Minecraft* вообще часто используется в образовании. Существует даже версия данной игры, разработанная специально для использования ее в школах, – *MinecraftEdu*, в основном распространенная среди преподавателей из США, Финляндии и Швеции. *Minecraft* активно используется

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

Джефф Бранд со своими сыновьями начал создавать в мире этой игры копию университета, потом эту модель стали доделывать его студенты. Они это сделали довольно быстро; модель, конечно, была довольно условной, но в целом довольно точно воспроизводила здание Университета Бонд. Потом в 2013 г. случился потоп, из-за которого ни студенты, ни профессор не смогли прийти на занятия, и тогда профессор Бранд предложил студентам наконец-то провести занятие в виртуальной копии университета в мире *Minecraft*. Сначала взаимодействия студентов друг с другом и с преподавателем вызывали некоторые затруднения, так как они привыкли к реальному общению. Но тогда Джефф Бранд начал поощрять студентов за участие в дискуссии внутриигровыми ресурсами, и их было уже не остановить: получив виртуальное вознаграждение, студенты погрузились в процесс игрового обучения [148].

Причем интересно еще и то, что в ходе этого эксперимента те студенты, которые обычно на занятиях проявляли себя не очень хорошо, вдруг начали активно общаться. Эта форма взаимодействия смогла прекрасно решить важную образовательную и психологическую проблему – «разговорить» интраверта, сделать его более социальным. У интравертов есть потребность в общении, однако им сложно ее реализовывать из-за непосредственности контактов и т. п. Всякий преподаватель знаком с этой проблемой: на каждом семинаре есть студент, одаренность и ум которого не вызывают у преподавателя сомнений, но который очень стесняется высказываться по теме занятия, что не дает преподавателю возможности для проставления ему или ей оценки за работу. Как утверждает, например, Джейн МакГонигл [119, р. 89–91], именно эту проблему позволяет решить онлайн-игра – сделать общение более легким для интраверта, а в перспективе – облегчить общение преподавателя со студентами.

Игры способны мотивировать к изучению окружающего мира и образованию не только в пределах школ и университетов, но и

---

в изучении истории и географии (создаются модели городов прошлого и современные ландшафты), физики (теория вероятностей, электропроводность), химии (проводятся эксперименты с химическими элементами) и биологии (моделируется строение тела человека).

за их пределами, например в рамках историко-культурного туризма. Хорошим примером здесь оказывается игра *REXplorer* (2007) [123, p. 215–218]. Ее разработали исследователи из из Университета Аахена и Университета Цюриха при поддержке Регенсбургского музея. По-английски название этого музея звучит *Regensburg Experience Museum*, на это и указывают первые три буквы в названии игры: *R – Regensburg, EX – Experience*.

По легенде игры Регенсбург населяют тридцать разных духов, каждый из которых принадлежит людям из разных исторических эпох. Каждый из духов обитает в своем месте. Чтобы выйти на связь с ними, в информационном бюро Регенсбурга игрок должен взять специальный детектор и карту, на которой отмечены места обитания этих духов. Когда игрок подходит к этим местам, детектор начинает подавать ему сигнал. Используя один из возможных четырех жестов движения детектора, игрок может вызвать духа. Какой именно жест использовать, становится понятно из подсказок на мониторе детектора. Появляющийся дух рассказывает игроку о себе, о месте, в котором они находятся, и дает игроку определенное задание, которое может заключаться, например, в том, чтобы передать сообщение другому духу в другом месте. Игрок может принять задание или отказаться от него, равно как и выполнять несколько заданий одновременно. Все происходит так, как если бы игрок играл в *RPG*, но в этом мире, а не в мире цифровых репрезентаций. Интересно также и то, что игрок по ходу выполнения им заданий с помощью детектора может делать фото. Они будут автоматически загружаться на именной блог игрока, который он получает вместе с детектором в туристическом центре Регенсбурга. Таким образом, игрок еще и автоматически получает фотоальбом о своем путешествии в Регенсбург.

### *Геймификация в менеджменте*

Использование игровых элементов и механик в менеджменте – это, пожалуй, одна из самых основных форм геймификации. Помимо уже приводившегося примера игры по проверке языка диалоговых окон в *Windows 7*, разработанной группой тестирова-

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

ния *Microsoft*, особо стоит выделить проект *Investigate Your MP's Expenses*. Это проект, который разработала газета *The Guardian* в 2009 г. В том году члены парламента предоставили газете отчеты о своих тратах. Целью газеты было составить список чрезмерных трат, которые позволяли себе члены британского парламента и которые ложились при этом на плечи налогоплательщиков. Разумеется, результаты исследования должны были стать сенсацией (и они ею и стали), а самой *The Guardian* они сулили огромную выгоду. Однако у *The Guardian* было недостаточно сотрудников, чтобы провести исследование в краткие сроки, а документы, которые предоставили парламентарии, были слишком обширны и требовали очень тщательного анализа. В итоге газета смогла найти выход при помощи создания игры *Investigate Your MP's Expenses*, играя в которую, геймеры проверили все растраты, которые себе позволяли члены британского парламента (необходимые для этого документы им предоставили). *The Guardian* путем использования игры получила огромную прибыль при минимальных затратах, создав сенсацию. Зачем расширять штат и нанимать новых работников, если можно дать людям игру, тогда они будут выполнять задания за бэйджи и новые уровни [119, p. 219–224].

Другим ярким примером является игра *Ingress*, созданная *Niantic Labs*, подразделением *Google*, и вышедшая в 2012 г. Это геолокационная игра для мобильных устройств. По легенде этой игры в мир вторгается некоторая «экзотическая материя», причем распространяется она через порталы, роль которых играют реальные объекты этого мира. Игроки делятся на две команды: одна («Сопrotивление», *Resistance*) стремится не дать материи проникнуть на Землю, вторая («Просвещенные», *Enlightened*), наоборот, выступает за революционное изменение истории Земли за счет ее использования. Игроки могут присоединиться к одной из этих команд и сражаться за контроль над порталами. Но хитрость заключается в том, как происходит добавление новых порталов в мир *Ingress* (начиная с 2015 г. добавление новых порталов было временно приостановлено, с сентября 2017 г. эта возможность снова открылась [134]). Для того, чтобы портал был отмечен на карте игры как портал, игрок должен был сфотографировать его

на свое мобильное устройство и отправить в *Google*, где уже будет принято решение, является это место порталом или нет. В итоге и игроки испытывают радость от игры, и *Google* получает возможность не содержать огромный штат сотрудников, создающих фотографии для *Google Maps*. Все фотографии сделают игроки, не требуя никакой платы. Тем самым игра *Ingress* оказывается примером массового онлайн-краудсорсинга, а то господство в альтернативной реальности, за которое борются «Просвещенные» и «Сопротивление», – метафорой повсеместного надзора и господства *Google* в «реальной реальности» [113].

## § 9.2. ARG: субстрат геймификации

Представление о мире игры, скрытом за экраном монитора или телевизора, не всегда оказывается релевантным, когда речь заходит о технологиях геймификации. Игры, свободно встраивающиеся в реальность, разыгрываются в пространствах самой этой реальности, в пространствах повседневной жизни. Такие игры разработчики называют играми в альтернативной реальности (или просто ARG, сокращенно от *alternate reality game*), и именно на основании таких игр и создаются геймифицированные системы. Поэтому их можно назвать субстратом геймификации. Джейн МакГонигл называет ARG «антиэскапистскими играми» [119, p. 125].

Вместо того чтобы уводить игрока из реального мира в мир вымышлен-

**Салин  
Алексей  
Сергеевич,**  
кандидат философских  
наук, тьютор,  
МГУ, г. Москва

ный, они вводят игрока в реальный мир. С технической точки зрения это реализуется в том, что для создания ARG в качестве платформы используются не только и не столько специфические для компьютерных игр *hardware* (консоли, персональные компьютеры и т.д.) и *software* (игры как программы, записанные на дисках или картриджах), но также и объекты из повседневной жизни, на которые накладывается вымышленный игровой мир<sup>1</sup>. Так, в качестве элементов игры могут использоваться городские кварталы, предметы, которые можно найти в городе, реальные люди – актеры, выполняющие определенные задания, и т.д.

Однако эти игры не перестают быть компьютерными в силу того, что они широко используют технологии беспроводного Интернета для связи игроков друг с другом и с «кукловодами», а также программы, осуществляющие координацию действий игроков в реальном мире и очков, которые они зарабатывают уже как обитатели вымышленного игрового мира.

Тем самым компьютерная составляющая этих игр не подлежит сомнению, хотя визуальная может быть сильно ослаблена по сравнению с классическими видеоиграми. Поэтому часто бывает сложно назвать такие игры **видео**играми.

Игры в альтернативной реальности не следует путать с играми в виртуальной реальности. Игры в виртуальной реальности остаются эскапистскими играми, пытаясь погрузить игрока в вымышленный мир, не связанный с миром реальным. Именно на это направлены, к примеру, шлемы виртуальной реальности. Альтернативная реальность не отрывается от «реальной реальности», данной нам по умолчанию. Наоборот, она «вмешивается» в нее и может даже ее как-то изменить.

Среди ARG, к которым относятся вообще все игры, использующие в качестве элементов игрового мира объекты нашей повседневной жизни (физические или социальные), я выделяю три основные группы. Игры, попадающие совместно в одну из данных групп, объединяет то, насколько сильным в них оказывается погружение игрока в игру (то, что в исследованиях компьютерных игр

---

<sup>1</sup> См. напр., как Адам Фостер описывает основную механику ARG [80].

принято называть *immersion*). Если перечислить разновидности ARG по усилению в них этого погружения, то выстроится следующий ряд: эмбиент-игры, первазивные игры, иммерсивные игры.

## Эмбиент-игры

Для эмбиент-игр характерно то, что они предоставляют игроку возможность существовать на разных уровнях погружения, не оставаясь все время ни на одном из них. То есть в эмбиент-игру можно специально пытаться играть, стремиться к погружению в нее, а можно вообще заниматься чем-то другим, но игра будет продолжаться сама как бы в фоновом режиме. Это роднит эмбиент-игру с эмбиент-музыкой, которую можно как сделать объектом для внимательного вслушивания, так и просто проигнорировать ее. Иными словами, такая музыка должна быть воспринимаемой настолько же, насколько воспринимается мебель. Мы можем, конечно, восхищаться мебелью в определенный момент, но потом перестать воспринимать ее как отдельную фигуру и перевести ее в фон, просто пользуясь ею и особо не замечая ее. То же самое происходит в случае с эмбиент-играми. Игрок может в один момент погрузиться в эмбиент-игру сильнее, потом воспринять ее просто как фон, но игра все равно будет продолжаться.

Главное, что роднит такие игры с темой геймификации, – они не отделяются от не-игры, а влетаются непосредственно в те интеракции, которые мы считаем неигровыми, в них играют тогда же, когда идут на работу, участвуют в конференции и т.д.

Примером таких игр является игра *Ambient Quest: Pedometer* (2007), или, попросту говоря, «Шагомер». Это была экспериментальная игра, созданная двумя теоретиками и разработчиками, Дэном Пинчбеком и Марком Айлсом [76]. Игровой процесс заключался в том, что игроки вешали на себя шагомер, измерявший количество шагов, которые они совершали каждый день. Они могли использовать это количество шагов, чтобы как-то передвигать свой аватар уже в виртуальном пространстве. Чем больше они прошли за день, тем дальше мог продвинуться игровой персонаж либо под их самостоятельным контролем, либо под автоматическим контролем

компьютера. Это и приводило к возможности большего или меньшего погружения в игру: можно было просто ходить и поручать компьютеру передвижение персонажа или же самому передвигать его.

Разработчики опробовали эту игру на участниках одной из конференций, посвященных видеоиграм. В результате было обнаружено, что игра изменила характер вполне неигровых интеракций на конференции: ее участники стали посещать гораздо больше разных аудиторий, чтобы набрать больше шагов. Таким образом, «Шагомер» способен, по крайней мере потенциально, изменить характер взаимодействий между учеными, заставив их в большей мере интересоваться областями, лежащими за пределами их непосредственной специализации. Понятно, что такие игры смогут опосредовать не только наши перемещения, если усовершенствовать те платформы, в которых они воплощены, и распространить их повсеместно. Тогда, к примеру, простая покупка определенной вещи в супермаркете сможет стать шагом в определенной эйбиент-игре. Отсюда вырастает красивая полуфантастическая утопия, которую обрисовывал в одном из своих выступлений разработчик видеоигр Джесси Шелл: возможно, когда-нибудь наша зубная щетка сможет зафиксировать, как мы чистим ею зубы, и в зависимости от того, как долго и тщательно мы это делаем, даст нам очки, которые будут как-то использоваться нами в определенной эйбиент-игре [147].

Похожим образом работает более известное игровое приложение *Nike+* (2006), разработанное для мобильных устройств на *iOS*. Суть работы данного приложения заключается в том, что в кроссовки *Nike* вставляется чип, который соединяется через *Bluetooth* с *Apple*-устройством, и последнее начинает работать как спидометр: оно показывает в реальном времени игроку скорость, с которой он бежит, а также дистанцию, и начисляет ему за дистанцию очки. При накоплении определенного количества очков происходит *level-up*. Игра поощряет бегуна и за его конкретные достижения в каждом конкретном забеге. Например, если игрок побил в рамках данного забега свой собственный рекорд, то телефон сообщит ему голосом какого-нибудь известного бегуна: «Поздравляю, ты побил свой собственный рекорд!» Причем это именно эм-

биент-игра, потому что игрок сам может решить, смотреть ему на экран или не смотреть, настроить звуковые оповещения или отключить, подключаться к социальным сетям или нет и т.д. Данная игра является примером коммерчески успешной и распространенной эмбиент-игры [119, p. 153–163].

## Первазивные игры

Первазивные игры в целом по своей механике мало чем отличаются от эмбиент-игр. Их отличает только то, что они предполагают активное погружение игроков на протяжении всего хода игры. Эти игры не могут потерять статуса фигуры и просто перейти на второй план. Самым известным и наиболее распространенным примером такой игры являлась *Foursquare* (2009), когда она еще представляла собой геймифицированное приложение<sup>1</sup>. Эта игра превращала простое посещение различных мест в физическом пространстве в действие, совершаемое игроком в альтернативном пространстве игры, которое реализовывалось как получение баллов и бэйджей («кофеман», «шмотошник» и т. п.). При этом процессы, происходившие в альтернативном мире игры, могли иметь обратное воздействие на мир реальный: «мэр» питейного заведения (игрок, посещавший это заведение чаще всех остальных) мог, к примеру, получить в нем кружку пива бесплатно. При этом, в отличие от эмбиент-игр, в данном случае игрок всегда должен быть начеку: забыв достать в определенный момент свое мобильное устройство и «зачекиниться», он рискует потерять полагающиеся ему баллы. Само устройство не играет, как в случае с «Шагомером».

Другой довольно известный пример первазивной игры – *Chore Wars* (2007). Эта игра посвящена работе по дому: уборке, ремонту, сборке мебели и т.п. То есть игрокам, как ни странно, предстоит заниматься подобными банальными вещами. Слово *Chore* в названии как раз и означает рутину, скучную и неинте-

---

<sup>1</sup> Как уже говорилось, в настоящий момент *Foursquare* уже утратила характер первазивной игры. Приводящееся здесь описание *Foursquare* затрагивает ее функционирование в период с 2009 по 2014 г.

ресную работу. Но эта игра показывает, что если заставить людей соревноваться друг с другом в подобной деятельности за очки и бейджи, их это сможет мотивировать. Суть игры заключается в том, что игрок заводит свой профиль в сети, он называется *adventurer*, «искатель приключений». Далее игрок ищет других таких же «искателей приключений», которые репрезентируют в игре его соседей по квартире или коллег по работе; совместно они создают небольшое виртуальное королевство и миссии в нем и начинают соревноваться в том, кто больше выполнит этих заданий. За каждое дело игрокам начисляются баллы, и в итоге люди, живущие или работающие вместе, не ссорятся из-за того, что кто-то не вынес мусор, скорее, они могут поссориться из-за того, что кто-то мусор вынес, когда вынести его хотел другой человек.

### Иммерсивные игры

Наконец, третьим видом *ARG* являются иммерсивные игры, в которых, кроме встраивания игры в повседневное пространство при помощи ноутбуков, планшетов, мобильных устройств и т.д., добавляется еще и риторика, заключающаяся в метасообщении «Это не игра». То есть сам данный медиум настроен таким образом, чтобы самоустранять свою медиальность и представлять сообщение как нечто непосредственное, неигровое и «реальное», невымышленное. Это обстоятельство до предела усиливает погружение геймеров в альтернативный мир игры, поскольку они начинают рассматривать соотношение альтернативного и реального миров как куда более близкое, чем в случае с *Foursquare* или с «Шагомером». Хорошим примером таких игр является игра *Ingress*, которую мы уже разбирали как пример успешной геймификации менеджмента. Однако то, что эта игра успешно мотивирует игроков делать всю работу по *Google Maps* за *Google*, само по себе не делает ее иммерсивной.

Иммерсивной ее делает тот лозунг, который всюду, начиная с трейлера<sup>1</sup>, ее сопровождает: «Это не игра». Игра как бы сообщает

---

<sup>1</sup> Трейлер к игре *Ingress* см. на <http://www.youtube.com/watch?v=92rYjlxqypM>

на метауровне игрокам, что они **действительно** собирают экзотическую энергию, открывают порталы и т.д. Поэтому для иммерсивных игр важны не только определенные процедуры, технически создающие игровой процесс (геймплэй), но и широкое использование нарративов, т.е. историй, которые эти игры рассказывают. В случае иммерсивных игр эти нарративы как раз и задают тот мир, в реальность, «неигровость» которого игроки якобы должны поверить. В случае, к примеру, с *Foursquare*, никакого нарратива не нужно, игра практически полностью сводится к практикам, описываемым людологами, т.е. к практикам следования правилам и получения очков.

Часто ARG вызывают опасения: не погружаются ли люди прямо у нас на глазах в некоторый вымышленный мир и не остаются ли они там навсегда? А риторика иммерсивных игр особенно подливает масла в огонь подобных опасений. Чтобы выяснить, как можно говорить о соотношении реальности и вымысла в ARG и выстраиваемых на их основании геймифицированных системах, мы рассмотрим один яркий кейс – кейс иммерсивной игры *The Beast*. Тем самым мы сможем показать, чем геймификация является и чем она **не** является.

### *Разыгрывание веры в ARG*

Для того чтобы ответить на вопрос о том, что именно происходит, когда игроки играют в альтернативной реальности, необходимо обратиться к конкретным примерам, кейсам, показывающим разворачивание игровых процессов в ARG. Один из таких кейсов приводит Джейн МакГонигл в своей работе «Настоящая маленькая игра: эффект Пиноккио в первазивных играх» [267]. В качестве предмета своего исследования МакГонигл выбирает иммерсивную игру *The Beast* (2001). Игра была создана группой сотрудников *Microsoft* как маркетинговый ход для продвижения фильма Спилберга «Искусственный интеллект».

В один прекрасный момент внимательные зрители заметили в трейлере к этому фильму странный пункт в списке создателей: «Жанин Салла, терапевт разумных машин (*Sentient Machine*

*Therapist*)» [117]. При поиске этого имени в системе *Google* открывалось несколько сайтов, датированных 2142 годом нашей эры. Так началась игра. Игроки обнаруживали на этих сайтах намеки на другие сайты или реальные места, добравшись до которых они получали задание по телефону или даже от реального человека. Задания могли быть зашифрованы в рекламе или телепередачах, могли пересылаться по факсу или по почте, что заставляло игроков всегда быть начеку, выискивая предназначенную для них информацию в самых неожиданных местах. И все это делалось так, будто бы задания были не игрой, а деятельностью по разгадке реального послания – все в полном соответствии с метариторикой всякой иммерсивной игры, заключающейся в сообщении «Это не игра».

Часто расхожее мнение интерпретирует эту игру как пример внушаемости и доверчивости геймера, не понимающего, что его обманывают, не различающего реальность и игру и т.д. Так понятие геймификации начинает обрастать различными полуклиническими коннотациями: стирание границы между реальностью и игрой может быть понято в таком случае как то, что геймеры начинают думать, будто они сами являются персонажами видеоигры и т.д. Джейн МакГонигл же пытается показать, что представление о внушаемом и доверчивом геймере, действительно верящем в то, что он не играет, а раскрывает тайны мирового заговора или спасает планету, когда участвует в *The Beast*, не соответствует тому, что действительно происходит в иммерсивных играх. Игроки не верят в то, что они делают. Надо различать действительную веру и то разыгрывание веры, которое сознательно и целесообразно осуществляют игроки *The Beast* для получения удовольствия от игры. Удовольствие, получаемое геймером от иммерсивной игры, как раз и заключается в добровольной попытке верить, давая себе отчет в невозможности поверить во все это по настоящему.

МакГонигл приводит многие примеры, показывающие неоправданность модели доверчивого геймера. Элан Ли, ведущий разработчик игры, рассказал МакГонигл об этих примерах. Изначально он ожидал, что игроки будут пытаться вскрыть обман, стоящий за игрой, раскрыть людей, которые делают игру, открыть, кто

находится по ту сторону занавеса и создает задания для игроков, которые потом рассылаются по почте, телефонам и т.д. Но все вышло совсем наоборот. Игроки активно продолжали разыгрывать веру в реальность игры, даже когда основная риторика *The Beast*, заключающаяся в сообщении «Это не игра», трещала по швам, когда в игре возникали трещины, обнажая то, что игра пыталась вытеснить и спрятать.

Это произошло, к примеру, когда было раскрыто, что игру создали сотрудники *Microsoft*. Сначала игровой форум был забит потрясенными сообщениями типа: «Боже мой! За этим стоит Билл Гейтс! Билл Гейтс пытается контролировать наши мозги! Ааааа!» Но впоследствии сообщения стали такими: «Но, вы знаете, это нормально... Я просто буду игнорировать *Microsoft*. Я знаю, что не должен был знать этого, так что я просто забуду об этом и притворюсь, будто я ничего не знал» [267, с. 142].

То есть игроки просто перешли в модус игры «как если бы»: «как если бы кукловоды (так геймеры называют людей, управляющих ходом иммерсивных игр) не были раскрыты, как если бы никакая корпорация не несла ответственность за весь игровой универсум» [там же, с. 143].

Игроки тем самым стали действовать в рамках определенной фетишистской логики [235, с. 38-40]: да, мы знаем, что мы делаем, мы знаем, что все это выдумка, созданная для рекламы фильма Спилберга, но мы все равно будем это делать, мы будем вести себя так, как если бы мы ничего не знали, мы будем вести себя так, как если бы мы верили, что все это не игра, а реальная борьба с роботами-убийцами. Поскольку сама игра построена так, что получение наслаждения от нее возможно только при не-знании того, что она в действительности является игрой, а, с другой стороны, всем очевидно, что она является игрой, игроки для получения удовольствия ведут себя крайне цинично, притворяясь, что они верят в то, во что они не верят. Итак, если ты узнаешь слишком много, наслаждение исчезнет. Поэтому игроки активно практикуют не-знание, пытаясь залатать разрывы, через которые просачивается истина игры – тот факт, что она в действительности является всего лишь игрой и ничем больше.

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

Это дает нам ответ на вопрос о том, как надо понимать нарушение границы между игрой и повседневностью в иммерсивных видеоиграх, к которому приводит это стремление игры самораствориться как медиум и представить свое содержание как непосредственное и невымышленное. Как было показано, игроки не верят в то, что это все не игра. Эмпирически игроки имеют все основания для того, чтобы считать, что они именно играют в игру. Таким образом, для того, чтобы их действия приобрели статус не-игры, необходим дополнительный квазитрансцендентальный уровень, на котором игроки разыгрывают веру во всегда уже неигровой статус своих действий, поступая так, как если бы игра была не-игрой. Благодаря активному принятию этого уровня игроки получают способность закрыть глаза на то, что действительно происходит, или нужным образом проинтерпретировать происходящее и т.д. То есть мерцание границы между повседневностью и игрой происходит не на уровне самого созерцания, а на уровне предпосылаемых ему оптик, способов рассмотрения эмпирических представлений.

Это напоминает, как функционируют идеи у Канта. Идеи Бога, свободы и бессмертия не являются предметами возможного опыта. Но субъект, если только он является разумным существом, должен постулировать их существование и руководствоваться ими в качестве регулятива чистого разума, поскольку только так практическая деятельность может стать моральной, а теоретическая – получить идеал для стремления к безусловной основе всех явлений, которую, разумеется, можно только искать, но никогда нельзя найти. То же самое работает и здесь. На эмпирическом уровне все говорит о том, что мы играем в игру, но если мы хотим получать наслаждение, на трансцендентальном уровне мы должны воображать, будто бы это все не игра. В этом смысле расхожее представление о геймификации как о непосредственной вере геймеров в то, что они живут в видеоиграх, можно представить как метафизическое смешение чувственности и рассудка.

Но, с другой стороны, МакГонигл заметила, что люди, игравшие в различные виды игр в альтернативной реальности, часто начинают «обыгрывать» практики своей повседневной жизни.

То есть они начинают рассматривать те ситуации, которые, очевидно, являются не-игровыми, так, как если бы они были играми. К примеру, это сделала группа *The Cloudmakers*, одно из интернет-сообществ, игравших в *The Beast*. Когда случилось 11 сентября, члены этой группы предложили рассмотреть террористические акты как составляющие определенного квеста в игре *The Beast* и попытаться решить его, разобравшись с терроризмом. В тот момент, когда и в публичной, и в приватной коммуникации в США царили полная растерянность и шок, члены группы *The Cloudmakers* уже были готовы к активному ответу и предлагали друг другу объединить полученные во время игры *The Beast* навыки и способности с целью выйти на след террористов. В данном случае происходит ситуация, зеркально отражающая разыгрывание веры в иммерсивной игре. Если в игре игроки разыгрывают веру в то, что игра является не-игрой, то вне игры игроки начинают разыгрывать веру в то, что не-игра является игрой. Как и в случае с разыгрыванием веры в метасообщение «Это не игра», здесь игроки прекрасно понимали, что террористический акт вовсе не является частью игры, но при этом они решили, что при помощи разыгрывания веры в обратное они смогут решить эту проблему, поскольку игровые практики всегда давали им широкий простор для взаимодействия и творчества. Уже через пару дней активность группы *The Cloudmakers* спала; игроки попросту осознали недостаточность своих сил. Однако факт самой попытки разыграть веру в то, что не-игра могла бы быть игрой, определенно имел место. И это разыгрывание веры в то, что реальность сама может быть игрой, встроено сущностно во всякую игру в альтернативной реальности. Так, МакГонигл показывает это на примере первазивной игры *The Go Game* (2009):

«Возможность распространения игрового типа мышления на неигровые ситуации структурно встроена во всякую партию игры в *The Go Game*. Каждая команда получает задания, требующие от игроков принимать “реальных” (неигровых) людей или “реальные” места и объекты за часть игры. Например: “Сегодня к вам подойдет Говорящий. Говорящим может быть кто угодно, где угодно... все, что мы знаем, – это то, что Говорящий что-то скажет

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

вам. Он может сказать вам все что угодно, и вы узнаете, что это Говорящий, только если начнете нелепо плясать вокруг него...” или “Когда-то сегодня вы найдете Таинственный Ключ. Он не будет похож на ключ, но, когда позднее вы встретите в игре запертую дверь, он каким-то волшебным образом откроет ее. Так что убедитесь, что вы берете с собой все необычные предметы, на которые вы натываетесь во время игры”. В силу этой встроенной в игру неопределенности игроки вынуждены применять ко всем и ко всему вокруг игровой образ мысли. Наткнувшись на человека, команда должна заподозрить в нем подставного агента; обнаружив предмет, команда должна предположить, что это реквизит, который можно было бы нестандартным образом использовать. Такие задания требуют от команд, чтобы они постоянно разыгрывали веру, действуя так, как если бы игра была всем, всегда и везде» [267, с. 153].

Таким образом, когда о геймификации говорят как о стирании границы между игрой и не-игрой, это не должно пониматься так, будто бы игроки, играющие в ARG, потихоньку сходят с ума, путая реальность и вымысел, или, еще хуже, будто бы исследователи видеоигр сами начинают верить в то, что мы все живем в видеоигре, выстраивая утопии в духе «Матрицы». Стирание границы между игрой и не-игрой должно пониматься не как смешение иллюзии и реальности, но как изменение оптик, задающих способы восприятия этой реальности, не как способ данности мира, но как наше усилие по созданию определенного отношения к нему. Тем самым геймификация не предполагает реального превращения не-игры в игру, она требует разыгрывания веры в то, что не-игра может быть игрой, и практика эта в равной мере необходима как для использования геймифицированных систем, так и для их создания.

Таким образом, мы обозначили суть проекта геймификации. Однако до сих пор в стороне оставались его цели. Зачем игроки различных ARG разыгрывают веру в то, что не-игра является игрой? Зачем то же самое делают разработчики ARG, считающие, что геймификация различных сфер нашей жизни может принести нам определенную пользу? И в чем эта польза заключается?

### § 9.3. Цели геймификации и ее критика

Теперь я перейду к вопросу о том, зачем вообще люди что-то геймифицируют. И ответ здесь будет напрашиваться сам собой из основных текстов, которые составляют базис всей теории геймификации, из курсов Ю Кай Чоу, из разбиравшихся или упомянутых книг Вербаха и Хантера [204], МакГонигл [119], Зикерманна и Линдер [239]: геймифицированная система нужна, чтобы мотивировать участников этой системы к какому-то поведению. Чтобы мотивировать их покупать какой-то продукт, лучше работать или учиться. Но если мы мотивируем людей к некоторому конкретному поведению, это значит, что мы получаем над ними власть. Отсюда мы получаем, что целью геймификации всегда является получение власти над поведением людей. При этом для данного способа осуществления власти характерна одна очень важная черта – добровольность. Использование игровых элементов и механик из гейм-дизайна в неигровых контекстах заставляет людей воспринимать эти контексты так, как если бы они были играми, а для настоящих игр отличительной чертой всегда является свобода действий и их добровольность. Об этом постоянно говорят разработчики игр и геймификаторы.

**Салин  
Алексей  
Сергеевич,**  
*кандидат философских  
наук, тьютор,  
МГУ, г. Москва*

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

Тем не менее данная свобода действий всегда должна ограничиваться правилами, которые представляют собой базовую особенность любой возможной игры<sup>1</sup>.

Это ограничение правилами и приводит к тому, что появляется возможность контролировать поведение людей, направлять его в нужное русло. Но почему люди должны захотеть вообще играть по правилам, ограничивая свою свободу? Для этого нужна третья черта любых игр и геймифицированных систем – они должны быть увлекательными, само выполнение игровых заданий должно стать вознаграждением. То есть дело в тех эмоциях, которые приносит игра.

Таким образом, геймификация предполагает особый способ осуществления власти: это не раздача приказов и угроза насилием в случае их неисполнения, не дисциплинарное принуждение, это создание таких условий, в которых самим субъектам оказывается выгодно действовать так, как нужно властвующему, ведь только так они смогут получить удовольствие от игры. Таким образом, контролируемые индивиды даже не испытывают на себе власти, так как они следуют лишь за своим благом, однако сам путь, которым они должны идти к этому благу, организован так, что это оказывается выгодно какому-то, часто невидимому источнику власти, который в результате аккумулирует в своих руках определенные ресурсы.

Такие способы осуществления власти подробно анализируются в работе Митчелла Дина «Правительность: власть и правление в современных обществах» с помощью введения представления о либеральных режимах управления, в которых «свобода управляемых часто рассматривается как техническое средство достижения целей» [228, с. 83]. Ярким примером подобного типа управления является предоставление свободы рынку для произвольного ценообразования, конкуренции и рационального экономического поведения индивидов в условиях современного неолиберализма [там же, с. 150–166]. Подобное предоставление свободы в рамках определенных устанавливаемых государством ограничений при-

---

<sup>1</sup> Большинство определений игры, данных людологами, всегда упоминает правила в качестве ключевого элемента. См.: [144, р. 11].

водит не к анархии и беспорядку, а к саморегуляции, ведущей к стабильным росту и развитию, выгодным для управляющих.

Само по себе это не плохо и не хорошо. Власть осуществляется повсюду. Причина, по которой об этом нужно задумываться, заключается просто в одной банальной вещи: мы должны уметь самостоятельно и на основе одного лишь разума выдвигать суждение о том, в каком мире мы хотим жить, мы должны учиться этому. Это минимальное требование любой политической философии начиная с Сократа, и упрек в лозунгах отжившего свой век Просвещения будет здесь неуместен. Философия не должна познавать мир, во всяком случае сегодня она утратила эту функцию, полностью передав ее отдельным наукам. То, чем философия занималась всегда, и то, чем она должна заниматься и по сей день, – это выстраивание общества, политической жизни людей на основании одного лишь разума, а не гнета традиции, веры или привычек. Поэтому Сократ и призывал всех позаботиться о себе – чтобы уметь позаботиться о полисе. Поэтому же и Кант провозглашал свободу практического разума от ограничений опыта – чтобы можно было выстроить мир на основании лишь того, что должно. Поэтому же Маркс призывал философов не познавать мир, а изменять его – во имя справедливости. Философия – искусство выдвижения суждений о лучшем из возможных миров – о таком, в котором мы все хотели бы жить. Для того чтобы самостоятельно выдвигать суждение о том, в каком мире мы хотим жить, мы должны для начала научиться критически относиться к миру, который нас окружает, видеть в нем проявления власти, а затем решать, соответствуют ли существующие формы власти требованиям одного лишь нашего разума или нет и должны ли мы сохранить существующие способы управления в будущем, лучшем мире или же заменить их на новые.

Есть, например, такие виды власти, осуществляемые с помощью геймификации, которые очень сложно посчитать чем-то в корне несправедливым. Так, приложение *The Extraordinaries* (2009) [119, р. 255–261] мотивирует людей совершать полезную для общества деятельность, результат которой не всегда может быть очевиден, тем, что доставляет ему этот результат. К примеру,

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

одной из миссий, созданных в рамках этого приложения, было спасение жизней людей с больным сердцем при помощи обнаружения, фотографирования и картографирования обнаруженных по всему миру дефибрилляторов (эта практика не распространена в России, но в некоторых странах, например в США, существуют общественные дефибрилляторы, предназначенные для скорой помощи людям, если с ними вдруг случается сердечный приступ). Обычно для такого важного дела ни у кого нет времени и желания, поскольку результат этого действия никому не очевиден. Однако механика этого приложения работает таким образом, что действия игрока не останутся неучтенными. Он не просто получит за это очки или бэйдж, но в случае, если дефибриллятором, который отметил он, воспользуются, он узнает об этом. Он действительно будет уверен, что он спас чью-то жизнь. Эта «доставка» актору результата его деятельности может мотивировать сильнее, чем денежное вознаграждение. Это и приводит к тому, что люди решают играть в эту игру. Данная система прекрасно вписывается в те способы осуществления власти, которые Митчелл Дин вслед за Мишелем Фуко называет правительностью: подобные способы осуществления направлены прежде всего на организацию таких условий существования населения, которые обеспечивают его максимальное экономическое и биологическое благосостояние [228, с. 92–96].

В равной мере мотивация людей к скорейшему выздоровлению, реализуемая в игре *SuperBetter*, мотивация школьников к многостороннему развитию без классической системы поощрений и наказаний в школе *Quest to Learn* или же мотивация людей к продумыванию стратегии действий в случае разных сценариев конца света в игре *Superstruct* (2008) – все эти способы мотивации не кажутся очевидно несправедливыми [119, р. 317–329], они создают власть, но не создают социального неравенства: выигрывают как участники игр, так и все сообщество в целом. Все названные здесь игры гарантируют благо не только всего населения, но и каждого конкретного его представителя.

Однако некоторые способы использования геймификации при их критическом рассмотрении оказываются, по сути, неспра-

ведливыми. Случаи использования геймификации в рамках менеджмента, например, являются новыми, современными формами капиталистической эксплуатации. Как показал нам еще Маркс, любая работа по найму в основе своей является несправедливой: нам платят за наш труд как таковой, но отчуждают продукт труда в рамках производственного процесса, о чем, собственно, никто изначально не договаривался. Здесь скрывается базовая несправедливость капитализма: оплачивается только наш абстрактный труд, а стоимость продукта труда самого по себе рабочему не возмещается, а присваивается капиталистом [270, с. 197–210].

В условиях геймификации проблема заключается в том, что с рабочим, во-первых, вообще никакого официального договора не заключается, все происходит исключительно в рамках добровольной игры, а во-вторых, единственная форма вознаграждения рабочего – это удовольствие, которое он получает от игры. Проблема тут заключается в том, что в случае работы по найму рабочий аккумулирует деньги, которые в принципе могут быть даже впоследствии превращены им самим в капитал, он может их куда-то вложить, конвертировать их в другие формы стоимости, получив образование, получив благодаря им доступ в высшие слои общества и т.п. А что сможет сделать человек, участвовавший в геймифицированных системах на правах игрока? Эмоции – гораздо менее ликвидная форма стоимости, вряд ли их можно так легко во что-то конвертировать, как деньги. При этом сам капиталист, предприниматель, создающий геймифицированную систему, вполне продолжает делать реальные капиталы, даже не оплачивая труд работающих на него людей, потому что им и так все нравится.

Именно это происходило в случае игры *Ingress* и проекта *Investigate Your MP's Expenses*. С помощью геолокационной игры *Google* получает возможность бесплатно эксплуатировать целую армию добровольцев, вооруженных мобильными устройствами, а *The Guardian* на тех же условиях заставляет свою аудиторию составлять для себя скандальный выпуск-бестселлер. Что получают за все это игроки-рабочие? Только эфемерное веселье. Даже проект *FoldIt* чреват этой проблемой: игроки, конечно, были вписаны

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

в список авторов, но реальный символический капитал, который можно как-то использовать на поле науки, они не получили – вряд ли кто-то из них сможет получить исследовательский грант, сославшись на то, что он или она была среди тех самых игроков. Зато ученые, создавшие эту игру, будут и дальше играть на поле науки, накопив огромный символический капитал. Насколько справедлив и эквивалентен этот способ обмена человеческого и когнитивного капитала игроков на эмоции, которые дает игра, – вопрос сложный.

Особенно несправедливой *Foldit* предстает, если иметь в виду всю историю ее создания. Дело в том, что ей предшествовала *Rosetta@home*, программа, выполнявшая операции по фолдингу белка самостоятельно и без помощи человека, которую мог скачать на свой компьютер любой человек, равнодушный к науке<sup>1</sup>. Проблема была в том, что данная программа могла ошибаться и ломаться, производить кучу ненужных и заведомо бессмысленных расчетов. Человек же мог бы с легкостью понять, что данные расчеты бессмысленны, а также сообщить разработчикам программы об ошибках в ее функционировании. Так и возникла *Foldit*: игра, доставляющая людям позитивные эмоции, смогла с легкостью приковать их к своим компьютерам. Таким образом, игроки здесь оказались не реальными гражданскими учеными, втянутыми наравне с людьми в белых халатах в настоящую лабораторную жизнь. Они стали всего лишь приставкой к машине, которая сама не смогла выполнять свою работу на должном уровне [202].

### Возможности контр-геймификации

Здесь возникает вопрос: а зачем нужен весь этот критический проект, если сотрудники геймифицированных организаций просто могут сказать: «Да, мы знаем, что мы делаем, мы знаем, что все эти игры нужны, просто чтобы эксплуатировать нас, но нам все равно нравится в них играть и мы будем в них играть». Разумеется, нельзя обойти тезис Жижека и Бурдые о том, что идеоло-

---

<sup>1</sup> Официальный сайт: *Rosetta@home*: <http://boinc.bakerlab.org/rosetta/>

гия – это не просто циничная болтовня, представляющая реальность в искаженном свете, а скорее сама реальность, предполагающая определенное незнание индивидами, в ней живущими, логики своих собственных действий [201; 235, с. 28]. Поэтому простого словесного увещевания и голословной критики для изменения положения явно недостаточно. Необходимо изменение самих практик.

Здесь становится релевантной идея Полины Хановой [317] о том, как в видеоигре возможно политическое действие. С ее точки зрения, оно возможно за счет уклонения игрока от той логики геймплея, которые вложил в видеоигру ее разработчик. К примеру, в видеоигру *The Elder Scrolls V: Skyrim* ее создатели вложили определенный сюжет, игровые миссии, за прохождение которых игрок получает вознаграждения, опыт и т.д. Однако игрок может намеренно уклоняться от прохождения этих миссий, не давая втянуть себя в процесс погони за положительной обратной связью. Тем самым ему открываются новые измерения видеоигры, он может просто наслаждаться ее миром, не думая о необходимости выполнения заданий и т.п. Если в рамках обычных видеоигр эта идея Хановой кажется проблематичной (нет ничего политического в том, чтобы включить игру и не играть в нее), то в случае с проектом геймификации эти практики могли бы стать способом включенного нарушения стратегий принуждения и эксплуатации, с которыми встречаются социальные агенты.

В случае такого встроенного нарушения индивиды не оказываются вне тех стратегий, в которых социальные институты осуществляют порядки контроля, но внутри них самих обнаруживают лакуны, позволяющие им отправлять практики, нарушающие функционирование больших общественных машин. Учитывая, что геймификация как раз работает за счет использования ludological практик выполнения миссий, получения уровней и достижений, которых и предлагает избегать Ханова для политического действия в видеоигре, ее проект может стать основанием для встроенного нарушения геймифицированной эксплуатации, когда социальные агенты, казалось бы, делают все как положено, но в действительности разрушают логику системы изнутри.

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

О похожих вещах говорит, к примеру, и Эспен Орсет [5], когда показывает, что реальный процесс игры не сводится к изучаемым людологами практикам выполнения заданий, что он не сводится к переходу системы из состояния 1 в состояние 2, положительно оцениваемое игроком (выигрыш), или же в состояние 3, отрицательно оцениваемое игроком (проигрыш). Так, к примеру, в процессе игры игроки думают не только об эффективности своих действий, но и об их эстетической значимости и перформативности, они самими своими игровыми действиями пытаются сказать что-то, чего игра как абстрактно взятая и конкретно реализуемая система правил не предполагала. Как у текста есть свой идеальный читатель, способный раскрыть все предполагаемые текстом смысловые импликации, так и у игры есть свой идеальный игрок, следующий всем правилам игры, как полагается. Но реальный игрок всегда делает нечто большее. Это большее Орсет назвал «трансгрессивной игрой», направленной на то, чтобы заставить игру сказать нечто, совершить нечто, что она изначально и не предполагала. Если приложить описываемые Орсетом способы трансгрессии вложенных в игру процедур к практикам геймификации, окажется, что социальные агенты, управляемые при помощи этих практик, также могут внутри них самих нарушать их логику. При этом здесь важно, что подобные контрдействия будут бессмысленны с точки зрения чисто игровой рациональности, так как они не связаны с достижением успеха и зарабатыванием очков, и в этом смысле самой игрой не предполагаются. Возможность таких действий оказывается своеобразной побочной экстерналией, возникающей в видеоиграх как бы помимо логики самой игры. Внутри игры открывается простор для политического высказывания, возможного за счет перформативной значимости действий игроков.

Пример осуществления такого политического перформативного акта в видеоиграх приводит МакГонигл, говоря о том, что механика виртуального мира *Second Life*<sup>1</sup> позволяет игроку «одеть» своего аватара в футболку с политическим высказывани-

---

<sup>1</sup> *Second Life*, конечно, не является прототипическим примером компьютерных онлайн-игр, но она заимствует многие их черты, образуя гибрид *MMORPG* и социальных сетей.

ем [118], переводя в виртуальное пространство сообщение, относящееся к пространству социальному. Но, оказавшись в виртуальном пространстве, это высказывание может обратным ходом повлиять на динамику социальной жизни, если оно будет поддержано множеством других игроков и в итоге приведет к масштабному политическому действию.

Интересные примеры борьбы с капитализацией в видеоиграх с помощью подобных перформативных актов приводят Ник Дайер-Уизерфорд и Грэг де Пьютер в самом начале своей книги «Игры Империи: глобальный капитализм и видеоигры». Так, игра *Second Life*, представляющая из себя гибрид массовой многопользовательской онлайн-игры и социальной сети, в которой игроки могут создавать своих виртуальных персонажей и вступать с их помощью во взаимодействия с другими игроками, быстро стала площадкой для реализации маркетинговых кампаний различных корпораций. Этим пользуются, к примеру, такие компании, как *Apple, Adidas, Nike, Nissan, Volkswagen, Toyota*. Причем эти компании могут не только размещать рекламу в виртуальном мире *Second Life*, но и создавать в нем виртуальные магазины, в которых игроки могут купить для своих персонажей виртуальные товары, чтобы использовать их в рамках самой игры. Как предполагается, игрок может оценить виртуальный аналог товара в мире игры прежде, чем покупать себе реальный товар. Как бы то ни было, некоторые игроки, посчитав, что капитализация игрового мира *Second Life* противоречит изначальному коммунитарному духу игры, осуществили серию перформативных актов, направленных против этой капитализации. Так, в тот день, когда один из директоров *IBM* присоединился к *Second Life*, предводитель влиятельного в мире игры клана эльфов демонстративно сложил все свои полномочия в знак протеста. Другим знаковым событием для антикапиталистического движения в *Second Life* стало то, что партизанская Освободительная Армия (другое внутриигровое сообщество) с помощью ядерного оружия стерло в порошок виртуальный магазин *Reebok* [69, p. xi–xiv].

Таким образом, альянс современного капитализма с видеоиграми может быть использован игроками против капитализма, по-

сколькo интерактивные миры видеоигр всегда оставляют зазор для политического действия<sup>1</sup>. Однако и само это действие может быть впоследствии капитализировано, как, к примеру, образ социалистической революции капитализируется в футболках с изображением Че Гевары, продаваемых по всему миру.

### Переосмысление геймификации

Как тогда необходимо отнестись к геймификации? Мы поняли, что она есть осуществление власти, определенный элемент в рамках современной либеральной правительности, предписывающей управлять с помощью предоставления свободной инициативы самим управляемым. Есть ли в этом что-то само по себе несправедливое? Существуют геймифицированные системы, направленные одновременно и в равной мере на общее благо всего населения и каждого отдельного ее представителя, организуя механизмы безопасности. Другие геймифицированные системы создают неравенство, производя классический марксистский антагонизм между капиталом и трудом. Как тогда необходимо отнестись к геймификации как к проекту?

На сегодняшний день существует два отношения к геймификации: оптимистическое и пессимистическое. Оптимистка МакГонигл считает, что встраивание видеоигровых механизмов в повседневные практики может качественно улучшить последние и даже спасти мир<sup>2</sup>. Пессимист Богост полагает, что проект геймификации сам всегда исходит из неигровых мотивов и преследует

---

<sup>1</sup> Эти политические действия, разумеется, являются не единственным возможным способом использования новых медиа с целью реализации гражданского активизма. К примеру, известна роль социальных медиа в поддержке российского протестного движения в 2012–2013 гг., часто даже говорят о «*Twitter*-революциях». Использование видеоигр в целях политической борьбы является в связи с этим только одним из примеров того, как новые медиа встраиваются в пространство политического.

<sup>2</sup> Стоит, правда сказать, что сама МакГонигл считает термин «геймификация» сильно упрощающим суть вопроса, так как этот термин прочно закрепился именно за теми приложениями, которые используются для мотивации людей в целях менеджмента и маркетинга, т.е. в конечном счете в целях капитализации.

цели и отстаивает интересы менеджеров и маркетологов [33]. Именно в этом смысле нужно понимать высказывание Богоста: «Кто будет геймифицировать геймификаторов?»

Однако и оптимизм, и пессимизм оказываются недостаточными, если учитывать, что геймификация как особая стратегия либерального управления может быть использована и с учетом социальной справедливости. Это означает, что у геймификации нет никакой внутренне порочной «сущности», она может быть использована в разных целях. Поэтому наше суждение о наилучшем возможном мире не требует априорного исключения из него геймификации как порочного способа осуществления власти. Согласно этому суждению дело заключается лишь в том, что к каждому геймифицированному приложению необходимо относиться критически. Если философия – это искусство выдвижения суждений о лучшем из возможных миров, как было сказано ранее, то философское осмысление геймифицированных приложений – это их проверка на соответствие лучшему из возможных миров, т.е. их критическая экспертиза. Но как должна осуществляться эта экспертиза?

Геймифицированные приложения, по сути, с материальной точки зрения представляют собой определенные технологии, осуществляющие управление, как мы видели. Тем самым исследование геймификации привело нас к теме, давно уже известной в поле исследований науки и технологий (*Science and Technology Studies, STS*) – к теме политики технологических артефактов [178]. Введение новых технологий в наш мир приводит к его политическому преобразованию, так как оно приводит к переустройству нашей общественной жизни, наших публичных дел, наших республик. В этом смысле всякая новая технология – это, говоря языком Латура, космополитика [199], она изменяет мир, меняет в нем расстановку сил и может делать это как справедливым, так и несправедливым образом, как реализуя общее благо, так и приводя к несправедливой капитализации. И именно по этой причине создание геймифицированных приложений, как и всяких других технологий, требует критической экспертизы.

Как именно должна происходить критическая экспертиза новых технологических объектов? Должны ли во всякую такую экс-

## 9. Геймификация: осмысление и переосмысление

пертизу втягиваться широкие гражданские массы? Латур утверждает, что нет, и подобное требование, напротив, навсегда отварило бы простых граждан от участия в обсуждении науки и технологий. Поэтому он утверждает, например, что технологии не обязаны становиться проблемами стандартной делиберативной политики, если для широких масс они не кажутся реальными проблемами, если люди спонтанно не заявляют о своем несогласии с принципом работы этих технологий. Он аргументирует это тем, что массы при их втягивании в широкое обсуждение любых научных фактов и технологических артефактов просто устанут от того, что от них требуют участия в совершенно не интересных им спорах (о сверхновых звездах, новых бурильных установках и т.д.) [199, с. 252–253]. И эта аргументация Латура верна, но верно также и то, что в некоторых случаях простые люди могут не осознавать, что они могли бы жить лучше, если бы технологии работали несколько иным способом. Они могут не осознавать того, что технологии, созданные без их ведома, и есть главное препятствие для превращения их мира в лучший из возможных миров. Да, массы должны вовлекаться в обсуждение технологий и в их критическую экспертизу только в том случае, если им реально есть дело до этих технологий, если они реально возмущены ими или, наоборот, восторгаются их добродетелями. Но это не значит, что политические импликации новых технологий должны утаиваться от широких масс. Наоборот, наш современный, живущий технологиями мир требует политиков особого типа – просветителей, видящих политические – благие или тлетворные – последствия новых и старых технологий и больно жалающих, как оводы, своих сограждан, если те не могут позаботиться о своем благополучии и не понимают, в чем состоит подлинная справедливость. И именно они, эти политики современного типа, и должны провоцировать своих сограждан на то, чтобы тем было дело до технологий, и именно благодаря им технологии смогут становиться проблемами публики, а отсюда – и вопросами ординарной делиберативной политики.

Переосмысление геймификации приводит к осознанию того, что геймифицированные приложения – это технологии, осуществляющие конкретные способы управления. Это означает, что вопросы

о справедливости или несправедливости некоторых типов геймифицированных приложений могут становиться предметами парламентских прений и прочих механизмов делиберативной демократии в том случае, если они вызывают широкий общественный резонанс. Однако это же означает, что современный мир требует политиков, которые смогли бы объяснять широким массам, что некоторые геймифицированные приложения представляют собой справедливые, а некоторые – несправедливые способы управления. И эти политики – не депутаты и даже не несистемная оппозиция. Эти политики – философы, обучающие людей справедливости во имя создания наилучшего из возможных миров. Как они это делают? С помощью своих текстов.

## 10. ИГРА В ОБРАЗОВАНИИ



### § 10.1. Дефиниции игры, *game* и *play*

Игра является важной частью культуры, она пронизывает практически все ее сферы – от повседневности (игры обыденной жизни [190, 244]) до специализированных областей: искусства, спорта, политики, науки, экономики и пр. [284].

В педагогике игра всегда имела высокую значимость. В Античности основной формой воспитания молодых людей были благородные соревнования, основной принцип которых – агонистика, состязание отдельных личностей и групп в разных сферах для достижения лучшего результата [264]. В эпоху Возрождения рациональные принципы воспитания и обучения детей, согласно которым образование происходит в форме игры без принуждения, разработал Т. Кампанелла в своем известном труде «Город Солнца» [245]. «Школа-игра», предложенная чешским педагогом-гуманистом XVII в. Я. Коменским, представляет собой универ-

*Акчелов  
Евгений  
Олегович,  
ассистент,  
ТПУ, г. Томск*

сальную игру, в которой обучающиеся будут осуществлять образовательную деятельность через соревновательные игры [322]. Превратить процесс обучения детей в увлекательную игру советовал Дж. Локк, который обращался к игре как необходимому способу систематического ненасильственного ознакомления детей с окружающим миром [293]. Теория игры стала основой педагогической теории Ф. Фребеля, в рамках которой он придумал, собрал, методически обосновал и прокомментировал большое количество игр. Для него игра стала высшей степенью детского развития [286].

В XX–XXI вв. в педагогике игра приобретает новый смысл, она используется как метод активного обучения не только детей, но и взрослых. В современном образовании игра приобретает все большую значимость, появляются совершенно новые явления, такие как «эдьютеймент» (от англ. *edutainment* – обучение через развлечение), «геймификация» (от англ. *gamification* – использование игровых механик и элементов в неигровом контексте), «серьезные игры» (от англ. *serious games* – видеоигры, в которых основная цель – не развлекательная), «игры для обучения» (от англ. *games for learning* – игры, непосредственно разработанные в целях обучения или имеющие вторичную образовательную ценность), «обучение, основанное на игре» (от англ. *game-based learning* – подход в обучении, основанный на игре) и др. Об этих игровых технологиях пойдет речь в данной главе. Но прежде чем обратиться к современному опыту применения игр в образовательной сфере, необходимо определить исходное понятие «игра», поскольку оно является основополагающим.

Дефиниций игры существует множество, само понятие не является однозначным [261]. Во многом это связано с тем, что игра является объектом исследования философии, педагогики, психологии, культурологии и др. Соответственно, формируется множество подходов к ее определению. В философии и культурологии, как правило, игру понимают как «добровольное поведение или занятие, которое происходит внутри некоторых установленных границ места и времени согласно добровольно взятым на себя, но безусловно обязательным правилам, с целью, заключающейся в нем самом; сопровождаемое чувствами напряже-

ния и радости, а также ощущением “инобытия” в сравнении с “обыденной жизнью”» (определение Й. Хейзинги [320]), а также как «вид непродуктивной деятельности, мотив которой заключается не в результатах, а в самом процессе» [257]. В психологии игра определяется как «форма деятельности в условных ситуациях, направленной на воссоздание и усвоение общественного опыта, фиксированного в социально закрепленных способах осуществления предметных действий, в предметах науки и культуры» [248]. Педагогика рассматривает игру как «одну из форм проявления активности личности, один из видов деятельности, суть которой состоит в непродуктивной условной деятельности, мотив которой лежит не в ее результатах, а в самом процессе» [254].

Следует отметить, что понятие «игра» имеет двойственный характер. С одной стороны, все игры можно классифицировать на те, в которых, согласно Р. Кайуа, «...безраздельно царит принцип развлечения, шалости, вольной импровизации и радостной беспечности...» (что определяется как *paidia*), а также на те, для которых «спонтанно-экспансивные проказы почти полностью поглощаются, – или по крайней мере поглощаются <...> другой тенденцией: <...> это потребность подчинять их произвольным, императивным и намеренно стеснительным конвенциям» (что автор называет *ludus*) [242, с. 51]. При этом *ludus* является метаморфозой *paidia* [там же, с. 70], из-за преобразующего влияния культуры *paidia* неизбежно превращается в *ludus*, возможен и обратный процесс [98, р. 69]. Г. Фраска не соглашается с Кайуа, критикуя его определение *paidia* за неточность [81, р. 230], и предлагает собственное: *paidia* – это «форма игры, которая присутствует в детстве» [98, р. 230] и «включает неявные социально-культурные правила, которые определяют действия и поведение игрока, но не приводят к “сценарию победы”» [там же, р. 231]. Таким образом, в структуре игры можно выделить различные компоненты (*paidia* и *ludus*), которые отличаются наличием или отсутствием явных правил.

С *paidia* и *ludus* соотносится двойственная трактовка игры как *play* и *game* в английском языке. Эти слова хоть и связаны и переводятся на русский язык одинаково как «игра», однако, согласно К. Волтеру, между ними существуют важные онтологические и

эпистемологические различия, которые выражаются в том, что *play* – это некая открытая «территория», в которой важными факторами являются выдумка и построение воображаемого мира, а *game* определяется как ограниченные области, в которых интерпретируются, актуализируются и оптимизируются правила и тактика, в том числе время и пространство [171]. Указывает на это и М. Эпштейн, который определяет *play* как свободную (импровизированную) игру, не связанную никакими условиями и правилами, а *game* – как (организованную) игру по правилам, которые заранее определены участниками [332, с. 281].

В этой же логике создана и таксономия игр К. Кроуфорда (рис. 56) по методу дихотомии, согласно которой все развлечения делятся на забавы и интерактивные истории.

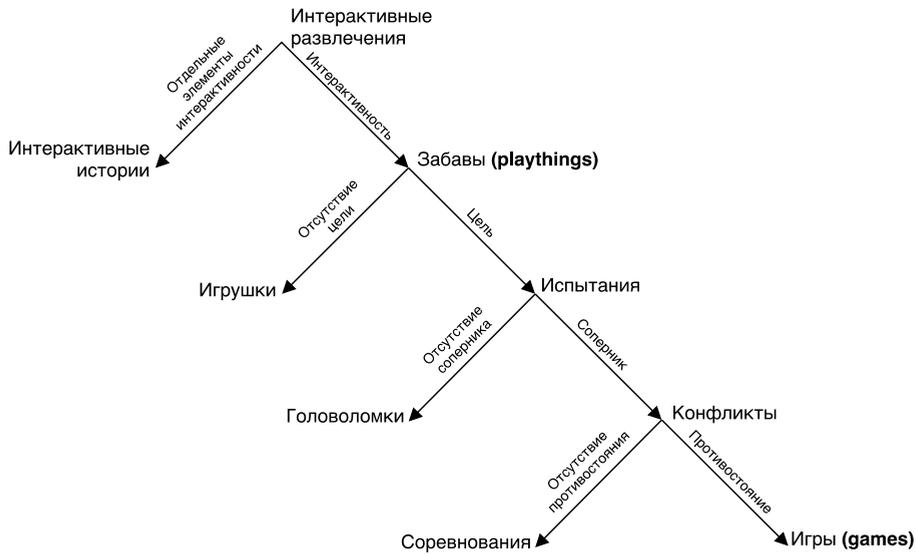


Рис. 56. Таксономия игр К. Кроуфорда

К. Кроуфорд не определяет напрямую термин *play*, но приводит близкое по значению слово *playthings* (забавы) как «системы, которые развлекают через интерактивность (ответную реакцию на действия игрока) и которые обладают определенным поведением, которое устанавливается через физические параметры, формальные правила или алгоритмы» [57]. Интерактивные истории – это

обычные истории, в которых добавлены отдельные элементы интерактивности. Далее забавы делятся в зависимости от того, определена цель или нет, на игрушки и испытания. Игрушки – это такие забавы, в которые можно играть (в смысле *play*) без какой-либо цели. Испытания – это забавы с четко определенными целями, для которых игрок стремится достичь определенного уровня производительности. Испытания, в свою очередь, в зависимости от того, присутствует целенаправленный соперник или нет, делятся на головоломки, в которых соперник отсутствует, и на конфликт, в котором этот соперник есть. Конфликт, наконец, делится на соревнования, в которых отсутствует прямое взаимодействие с соперником, и на игру (*game*) как «конфликт, в котором игроки прямо взаимодействуют таким способом, чтобы препятствовать достижению целей друг друга» [57]. Таким образом, мы видим, что игры классифицируются не только по наличию или отсутствию явных правил, но и по интерактивности, наличию цели, соперника и противостояния с ним.

Различия между *game* и *play* обсуждают М. Эскелинен и Р. Тронстад, делая важный вывод о том, что и *game*, и *play* содержат правила *paidia*, т.е. такие правила, которые имплицитно задаются игроком, и только *game* содержит дополнительные правила *ludus*, т.е. такие правила, которые задаются эксплицитно автором или дизайнером игры [73]. Классификации игр на *paidia* и *ludus*, *play* и *game* довольно схожи, однако существует общая неясность в их соотношении друг с другом. Г. Дженсен утверждает, что хоть по своему значению *paidia* и *play* неразрывно связаны, первое слово не является прямым переводом последнего [98]. Более того, поддерживая Кайуа в том, что *paidia* и *ludus* не отдельные жанры, а независимые принципы и силы, образующие два противоположных конца континуума, на котором расположены все игры, Дженсен (используя неологизмы К. Бейтмана [22]) предлагает называть игры, в которых преобладает *paidia*, – *paidic games*, или *play-like games*, а игры, в которых преобладает *ludus*, – *ludic games*, или *game-like games* [98].

Классификацию игр на *paidic* и *ludic* можно использовать для анализа существующих игр в образовании, таких как, например, ро-

левая игра, имитационная игра, деловая игра, игра-симулятор и пр. Для педагогики представленная классификация игр очень важна по той причине, что необходимо понимать, какие игры необходимо использовать для достижения образовательных целей. Согласно Г.К. Селевко, «педагогическая игра обладает существенным признаком – четко поставленной обучающей целью и соответствующими ей педагогическими результатами, которые могут быть обоснованы, выделены в явном виде и характеризуются учебно-познавательной направленностью» [297, с. 128]. Следовательно, наиболее подходящими играми в педагогике, на наш взгляд, будут *ludic games*, в которых обучающая цель, правила и педагогические результаты задаются эксплицитно педагогом или дизайнером игры.

## § 10.2. Игровые технологии в образовании

Одним из важных вопросов в педагогике является вопрос о том, как и каким образом достигать поставленных педагогических целей. Решается он в рамках педагогического дизайна и применения образовательных технологий. Что мы понимаем под образовательной технологией? А. Янущеский и М. Моленда определяют образовательную технологию как «теорию и этическую практику содействия обучению и повышению продуктивности деятельности путем создания, использования и управления соответствующими технологическими процессами и ресурсами» [121].

Среди образовательных технологий особое место занимают игровые

**Акчелов  
Евгений  
Олегович,**  
ассистент,  
ТПУ, г. Томск

**Никитина  
Ксения  
Сергеевна,**  
магистр,  
ТПУ, г. Томск

технологии, которые определяются как «обширная группа методов и приемов организации педагогического процесса в форме различных педагогических игр. <...> Игровая форма занятий создается на уроках при помощи приемов и ситуаций, которые выступают как средство побуждения, стимулирования учащихся к учебной деятельности» [297, с. 128]. Игровые технологии в образовании предстают в форме педагогических игр, в которых дидактическая цель ставится перед обучающимися в форме игровой задачи.

Достаточно распространены следующие игровые технологии:

1) дидактические игры применяются для усвоения новых знаний, обучения оперированию понятиями и предметами, при проверке результатов обучения;

2) деловые игры позволяют комплексно подойти к передаче и усвоению нового материала, развитию творческих способностей, формированию универсальных компетенций, изучению учебного материала с различных позиций;

3) ролевые игры отражают реальные взаимодействия в определенной сфере деятельности, где участникам выдаются роли и ситуации, находящиеся в игровых рамках;

4) структурные игры имеют шаблон, который можно наполнить необходимыми заданиями и содержанием для занятия;

5) адаптивные игры позволяют воссоздать предметное и социальное содержание профессиональной деятельности без игровой структуры, т.е. в данном виде игры в наибольшей степени развивается искусство импровизации.

Однако традиционными педагогическими играми дело не ограничивается, в современном образовании появляются новые игровые технологии: эдьютеймент, серьезные игры, геймификация, игры для обучения, обучение, основанное на игре. Рассмотрим их подробнее.

### Эдьютеймент

Динамичное развитие рынка образовательных услуг, повышение спроса на нерутинные творческие навыки, а также на выпускников, способных работать в сложных профессиональных си-

туациях и быстро меняющихся условиях [223], появление новых видов досуга, уменьшение времени на получение информации, знаний и умений [251] предопределило появление эдьютеймента, что можно определить как «обучение через развлечение» [287]. Дело в том, что современный человек под влиянием развития компьютерных технологий привыкает к нелинейной подаче информации, активному участию в восприятии информации, многозадачным поручениям, таким образом, современные обучающиеся предпочитают иные способы получения информации, отличные от традиционных [296]. Это подтверждает также онлайн-опрос молодых людей в возрасте от 17 до 28 лет, проведенный Е.Ю. Кармаловой и А.А. Ханкеевой, который показал, что в России существует спрос на проекты в формате эдьютеймента среди молодежи [247]. Тем не менее имеющая целый ряд методических преимуществ и перспектив технология эдьютеймента практически не исследована [252].

Для того чтобы понять, что представляет собой эдьютеймент, обратимся к определению данного понятия. Для термина «эдьютеймент» в российской и зарубежной исследовательской литературе существует как минимум 15 определений. В первую очередь это краткие определения, которые тезисно описывают данное понятие. Эдьютеймент определяется как эффективная технология развития творческого потенциала личности [223], цифровой контент, соединяющий образовательные и развлекательные элементы [216], специфическая деятельность, основанная на одновременном обучении и удовлетворении собственного любопытства [9], интересный способ получения новых знаний из современных технических и дидактических средств обучения, через активное участие и интерес [247], эффективный баланс между информацией, мультимедийными продуктами, психологическими приемами и современными технологиями [60], использование методов и установок, которые привлекают внимание обучающихся [79].

Приведем более развернутые определения понятия «эдьютеймент»:

– способ предоставления хороших возможностей для обучающихся путем создания и передачи ресурсов и методов согласно

их жизненным ценностям, так как теория и практика соединены образовательными целями и средствами [172];

– педагогическая стратегия, основанная на намеренном соединении социального заказа с развлекательными механизмами для быстрого достижения определенных целей, поставленных социумом [66];

– новая технология реального обучения, основополагающей особенностью которой является методическое понимание игры и игровых технологий, мотивирующих на получение положительных эмоций [127];

– гибридный жанр, который в значительной мере опирается на визуальный материал в формате рассказа или игры, более неформальный, менее относящийся к дидактическому стилю [45];

– занятие, которое включает в себя смесь различных элементов (таких как звук, анимация, видео, письмо и изображение), на котором обучающиеся одновременно развлекаются и обучаются [68];

– современная педагогическая инновация, которая основывается на визуальном материале, повествовании, современных психологических приемах, игровом формате, современных информационных и коммуникационных технологиях [232];

– особый тип обучения, который основывается на развлечении и формировании первичного интереса к предмету с получением удовольствия от процесса обучения и стойким интересом к процессу обучения [233];

– технология обучения, рассматриваемая как совокупность современных технических и дидактических средств обучения, которая основана на концепции обучения через развлечение, смысл которой в том, что знания должны передаваться в понятной, простой и интересной форме, а также в комфортных условиях [252].

Таким образом, мы видим, что, во-первых, нет четкого представления о том, что такое эдьютеймент: понятие определяется и как способ, и как стратегия, и как технология, и как жанр, и как занятие, и как педагогическая инновация, и как тип обучения. Во-вторых, значимой характеристикой эдьютеймента является учет особенностей восприятия образовательного контента обучающимися (например, получение удовольствия и положительных эмо-

ций от образовательного процесса, интересная форма подачи учебного материала, современные психологические приемы).

Это проявляется в целях эдьютеймента, которые также определяют по-разному:

1) привлечь и удержать внимание обучающегося путем эмоционального вовлечения посредством компьютерного монитора, наполненного яркой анимацией. Эдьютеймент содержит интерактивную педагогику и полностью зависит от убеждения о том, что процесс обучения – это непременно весело [130];

2) обеспечить удовольствие реципиенту в процессе обучения [296];

3) помочь разнообразить процесс обучения развлечением [172];

4) поддержать образование развлечением [10];

5) обучить путем добавления развлекательного разнообразия, такого как мультимедийное программное обеспечение, интернет-сайты, музыка, фильмы, видео- и компьютерные игры, ТВ-программы, для того чтобы развеселить в добавлении к обучению [54];

6) научить обучающихся тому, как они должны использовать их собственные знания и анализировать их [52].

Эдьютеймент позволяет:

1) реабилитировать неосознаваемые механизмы обучения [200, 223];

2) получать удовольствие от процесса обучения [223];

3) повысить эффективность обучения за счет новых форм представления информации, ее восприятия, обсуждения, анализа и осмысления [223];

4) эффективно получать большое количество информации большим количеством людей за короткий период времени [66];

5) получать особый опыт, частично развлекая, частично обучая [9];

6) внедрить креативные подходы к студентам, которые желают учиться, так как они могут видеть практические результаты своих теоретических исследований [45];

7) получать знания новым интересным способом, позволяя обучающимся с разными способностями усвоить информацию [252].

К способам практической реализации эдьютеймента относят как традиционные (настольная игра [251], телевизионные программы, фильмы, музыка [223, 251], книги, журналы, комиксы, образовательные игры, радиопрограммы, свободные лекции [223]), так и современные средства (мультимедийные программы, веб-сайты [251], компьютерные и видеоигры [223, 251], электронные учебники, сетевые варианты музейных выставок, электронные тренажеры, электронные энциклопедии, электронная почта, вики, блоги, чаты, видеоконференции [223]; веб-квесты [223, 296], интерактивные выставки [247]).

Таким образом, на основании приведенных выше определений мы можем выявить основные характеристики, присущие эдьютейменту как явлению:

1) интерактивность – использование интерактивной педагогики [130], игрового формата [232];

2) объединение развлечения (увлечения, удовольствия) и обучения [9, 10, 54, 68, 130, 152, 172, 216, 223, 233, 252, 287, 296]. Эдьютеймент не является ни развлечением, ни образованием [200], но при этом частично развлекает, частично обучает [9];

3) технологичность – использование современных информационно-коммуникационных технологий [54, 60, 232, 247];

4) использование современных психологических приемов и технологий [60, 127, 223, 232, 233];

5) подача визуального материала в простой и понятной форме [45, 54, 60, 66, 68, 130, 223, 232, 252].

Несмотря на широкое распространение эдьютеймента в различных образовательных практиках, существует критика данного подхода, которая заключается в следующем: разработчики продуктов эдьютеймента преподносят образование как нежелательный, «горький» опыт и таким образом используют развлечение в качестве вознаграждения за страдания от процесса образования [142]; «с помощью edutainment студентам сложно получить фундаментальные знания или новую профессию» [251, с. 282]; эдьютеймент часто уподобляется мероприятиям культурного характера, в которые включаются образовательные и деловые части, подобная стилистика нарушает тра-

диционные общедидактические требования к осуществлению процесса обучения [200].

### Серьезные игры

Популярность видеоигр показала потенциал их использования в образовании. Видеоигры могут сделать процесс обучения не только интересным и увлекательным, но и более эффективным, поскольку они могут выступать в качестве комплексного механизма вовлечения, управления вниманием и мотивацией.

В педагогике значимым становится понятие «серьезная образовательная игра» (от англ. *serious educational game*) – вид серьезной игры для образования. Серьезные игры становятся все более и более значимым феноменом в мировом образовательном пространстве [120].

Рассмотрим значение понятия «серьезная игра». Это игра, которая использует компьютерную игру и симуляционные подходы и / или технологии не для развлекательных целей [161], игра, которая вовлекает пользователя и способствует достижению predetermined целей [160], игра, в которой развлечение, удовлетворение и веселье не являются основной целью [120], любое программное обеспечение, которое объединяет не-развлекательную цель (*serious*) со структурой видеоигры (*game*) [64], игра, которая используется в педагогических целях [17], технологическое приложение, которое использует игры для приобщения индивидов к опыту, в рамках которого цели образования и профессионального обучения могут быть достигнуты [37], компьютерное приложение, которое нацелено на соединение двух аспектов: серьезного (обучение, тренинг, коммуникация и пр.) и развлекательного [12].

Таким образом, следует отметить, что общеупотребительного определения серьезной игры на данный момент в литературе нет, однако исследователи сходятся на том, что серьезные игры – это (цифровые) игры, которые используются с целью не просто развлечения. Целями серьезных игр могут быть, например, транслирование образовательного, информационного, рекламно-комму-

никационного и субъективного сообщения, тренинг, обмен информацией. В зависимости от целевой направленности серьезной игры выделяют следующие сферы их применения: правительство, армия и оборона, здравоохранение, образование, корпоративный сектор, религия, культура и искусство, экология, политика, гуманитарная сфера, реклама, научные исследования [64].

Для классификации серьезных игр применяется *G/P/S* модель, в которой используются следующие основания классификации: геймплей, цель, область [64]. Первый аспект учитывает тип геймплея, направлен на предоставление информации о структуре игры и как в нее играть. Второй аспект направлен на определение запланированных целей игры, отличных от развлекательных. Третий аспект – целевая направленность игры: тип рынка, описание целевой аудитории. Тип геймплея описывается с помощью так называемых блоков геймплея (базовых правил игры): избегать, соотносить, уничтожать, создавать, управлять, передвигать, подвергаться случайному воздействию, выбирать, стрелять и писать [63]. Выделяется два основных типа геймплея по наличию цели: целевой (*game-based*) и нецелевой (*play-based*). Анализ геймплея путем выявления его базовых блоков позволяет определить, к какому типу относится серьезная игра. Например, согласно *G/P/S* модели серьезная игра о химиотерапии *Re-mission* («Ремиссия», 2006) по основанию «геймплей» относится к целевой, по основанию «цель» относится к игре, транслирующей образовательное и информативное сообщение, по основанию «область» – к игре, которая используется в здравоохранении и ориентирована на широкую целевую аудиторию от 8 до 25 лет.

Наиболее распространенными являются следующие виды серьезных игр: образовательные игры, симуляции, мотивационные игры, реабилитационные игры, рекламные игры [299].

Наиболее понятный пример серьезных игр – это симуляторы. Они применяются во многих сферах, начиная от управления самолетом или атомной станцией и заканчивая спасением жизни. Обучающиеся получают необходимые навыки быстрее и качественнее, не боясь экспериментировать и использовать различные подходы, моментально получая обратный отклик на произведен-

ные действия. В качестве примера можно привести образовательный проект компании «Татнефть» для студентов, доступный в рамках корпоративного университета компании, в котором можно отработать все процессы нефтедобычи – от геологоразведочных работ до добычи нефти [325]. Другим примером может быть симулятор *Nephrotex*, который представляет собой симулятор биоинженерной компании, позволяющий студентам поучаствовать в разработке новой мембраны на основе нанотехнологий для использования в системах диализа почек [16, 61]. Симуляторы тесно связаны с образовательными играми, однако между ними есть отличие: симуляторы – это более реалистичное представление ситуации, а сюжеты в серьезных образовательных играх могут происходить в любом сеттинге, в том числе на других планетах.

Серьезная образовательная игра обладает целым рядом характеристик: во-первых, приоритет образования (серьезная игра есть образовательный процесс); во-вторых, параллельное использование средств развлечения (серьезная игра – это игра); в-третьих, использование информационно-коммуникационных технологий (серьезная игра – это использование технологий видеоигр); в-четвертых, серьезная игра направлена на достижение нескольких результатов (обучение, тренировка, лечение и др.); в-пятых, серьезная игра применима практически к любой сфере человеческой деятельности (образование, профессиональное обучение, здравоохранение, военная сфера, политика, реклама, предпринимательство); в-шестых, серьезная игра может быть направлена на все возрастные группы (дети, подростки, взрослые и пожилые люди) [125].

Примером серьезной образовательной игры может служить видеоигра *Mars Generation One: Argubot Academy* (2014), разработанная *GlassLab, Educational Testing Service, Center for Learning Science & Technology at Pearson*. Игра нацелена на преподавание и оценивание навыков аргументации. Все дебаты о заселении Марса, проходящие в видеоигре, решаются битвами роботов, где их экипируют аргументами и доказательствами, собранными игроками [61].

Серьезные игры, как правило, оказывают положительное влияние на различные виды деятельности. Например, в образова-

нии Р. Блант провел двухлетнее исследование по определению эффективности серьезных игр. Результаты исследования показали повышение качества усвоения учебных материалов, а также рост успеваемости среди студентов вне зависимости от пола [30].

### Геймификация

Геймификация – это использование принципов геймдизайна видеоигр в неигровом контексте [143]. Наиболее распространенный контекст – это образование [103]. В отличие от серьезных игр, геймификация представляет собой использования игровых механик и / или элементов в образовательном процессе, но не создание полноценной видеоигры [35].

Целью геймификации в образовании являются привлечение и повышение внимания обучающихся для улучшения их мотивации к обучению [259] и создание условий для саморазвития личности [285]. В основе геймификации лежит использование сценариев и сценарных элементов (виртуальные награды, статусы, очки), игровой эстетики, социального взаимодействия и получение постоянной, измеримой обратной связи от обучающегося, которая обеспечивает возможность динамичной корректировки процесса обучения [там же]. Геймификация дает то, что не может дать процесс обучения сам по себе, – ощущение прогресса и чувства удовлетворения от затраченных усилий и полученного результата [256], удовлетворение потребности в самореализации, соревновании и достижении успеха [208], ощущение сопричастности, вклада в общее дело [285]. Основным принцип геймификации – обеспечение получения постоянной измеримой обратной связи от обучающегося, дающей возможность динамичной корректировки его поведения, и, как следствие, быстрое освоение всех функциональных возможностей программной оболочки игры (игрового приложения) и поэтапное освоение учебного материала, создание легенды, истории, снабженной драматическими сюжетами, которая сопровождает процесс обучения, поэтапное изменение и усложнение целей и задач по мере приобретения обучающимися новых навыков и компетенций [там же].

Примером геймификации в области изучения английского языка является онлайн-сервис *LinguaLeo*. В нем создан игровой мир с соответствующими названиями: главный персонаж – лев Лео, которому игрок помогает изучать джунгли; библиотека материалов на английском языке – джунгли; сообщество друзей – прайд; внутренняя валюта – фрикадельки. Изучая иностранный язык, пользователь развивает своего игрового персонажа, т.е. отражается прогресс обучения игрока. В результате применения геймификации на сервисе активность пользователей увеличилась примерно на 30%, удержание пользователей (возвращаемость в сервис) – примерно на 15%, виральный (самораспространяющийся) трафик составил от 10 до 30% от основного [298]. Другим примером успешной геймификации образования является инструмент *GoalBook*, который позволяет уведомлять родителей учеников и инструкторов о любых изменениях в режиме реального времени. Постоянная обратная связь *GoalBook* позволяет студенту следить за своими успехами и самостоятельно оценивать понимание материала [208]. *GoalHero* – интернет-платформа для обучения студентов и портал для педагогов для распространения образовательных курсов и программ. Она позволяет собирать и организовывать учебные материалы, предлагает доступ к обратной связи с педагогами, цифровые карточки и видеолекции [там же].

Однако существуют определенные сложности в понимании педагогами геймификации. Это подтверждает опрос, проведенный Е. Соболевой среди педагогов и студентов педагогических специальностей. По результатам опросам были выявлены затруднения, с которыми сталкиваются учителя при желании геймифицировать обучение: недостаточный уровень технической и программной подготовки педагогов; нежелание использовать компьютерные игры как отвлекающий фактор; проблема выбора инструмента геймификации из-за их разнообразия; сложности при разработке конспектов с включением элементов геймификации; проблема понимания термина «геймификация»; необходимость доступа в Интернет; нехватка времени для освоения новых ресурсов [302].

Существуют также и другие игровые технологии в образовании, такие как «игра для обучения», «обучение, основанное на

игре», «педагогика, основанная на игре» и др. Игра для обучения (или образовательная игра) – это игра, которая разрабатывается на основании некоторых педагогических целей [25]. Обучение, основанное на игре – это подход к обучению, который использует игры в процессе и практике обучения [там же]. Педагогика, основанная на игре – это подход к преподаванию, который использует игры в процессе и практике преподавания [там же].

Таким образом, мы видим, что перечисленные нами игровые образовательные технологии достаточно тесно связаны друг с другом и довольно сложно провести границы между ними. Для уточнения взаимоотношений между данными технологиями и их связи с более широким контекстом (образованием, игрой, развлечением и мотивацией) используется диаграмма Венна (рис. 57). В качестве элементов диаграммы мы берем следующие множества: образование, игра, развлечение, мотивация, а также современные игровые технологии в образовании (таблица). С помощью определения цели каждого элемента диаграммы мы предлагаем найти признаки отношений этих множеств.



Рис. 57. Диаграмма отношений образовательных игровых технологий

**Элементы диаграммы отношений  
образовательных игровых технологий и их целей**

Множества	Цель
Образование ( <i>Education</i> )	Обеспечить достижение педагогических целей
Игра ( <i>Game</i> )	Разная [25]
Развлечение ( <i>Entertainment</i> )	Развлечь
Мотивация ( <i>Motivation</i> )	Мотивировать
Эдьютеймент ( <i>Edutainment</i> )	Разнообразить процесс обучения развлечением [172]
Серьезная образовательная игра ( <i>Serious educational game</i> )	Изменить поведение, отношение, понимание, знание [25]
Геймификация в образовании ( <i>Gamification in education</i> )	Усилить мотивацию обучающихся [25]
Игра для обучения ( <i>Games for learning</i> )	Обеспечить достижение педагогических целей [25]
Обучение, основанное на игре ( <i>Game-based learning</i> )	Увеличить эффективность обучения (с точки зрения учащегося) [25]
Педагогика, основанная на игре ( <i>Game-based pedagogy</i> )	Увеличить эффективность обучения (с точки зрения преподавателя) [25]
Развлекательная видеоигра ( <i>Entertainment video game</i> )	Развлечь

На рис. 53 обозначены отношения основных игровых технологий в образовании. При составлении диаграммы использовались следующие допущения:

1. Основание для того, чтобы принадлежать к множеству диаграммы «Игра», – наличие у объекта интерактивности, цели и правил.
2. Основание для того, чтобы принадлежать к множеству диаграммы «Образование», – наличие у объекта педагогических целей.
3. Основание для того, чтобы принадлежать к множеству диаграммы «Мотивация», – наличие у объекта методов, способов управления поведением человека.

4. Основание для того, чтобы принадлежать к множеству диаграммы «Развлечение», – наличие у объекта элементов, направленных на получение удовольствия.

5. В поле диаграммы «Игра» обозначено множество игр, обладающих целостностью. Только серьезная образовательная игра и развлекательная видеоигра являются целостными объектами, в отличие от геймификации в образовании, которая использует элементы игры, от обучения и педагогики, основанных на игре (они используют игры в образовательном процессе), что отображено на диаграмме в виде стрелок.

6. Мы предлагаем развлечение рассматривать как один из способов повышения мотивации, поэтому диаграмма «Развлечение» полностью входит в диаграмму «Мотивация».

7. Серьезная образовательная игра находится на стыке диаграмм «Образование», «Игра», «Развлечение», так как является целостным объектом, который включает в себя как развлекательный контент, способствующий увеличению мотивации, так и «серьезный», образовательный.

8. Развлекательная видеоигра является целостным объектом и, как правило, не содержит «серьезного» контента, поэтому она размещается на пересечении диаграмм «Развлечение» и «Игра».

9. Игра для обучения, являясь целостным объектом, как правило, не содержит развлекательного контента и направлена только на достижение педагогических целей, поэтому она находится на пересечении диаграмм «Образование» и «Игра».

10. Эдьютеймент не является целостным объектом, так как предполагает использование только методов, способов улучшения разнообразия процесса обучения с помощью развлечения, поэтому он находится на пересечении диаграмм «Образование» и «Развлечение».

Приведенные допущения позволили в некоторой степени разграничить понятия «геймификация», «эдьютеймент», «серьезные образовательные игры», «игра для обучения», «обучение, основанное на игре», «педагогика, основанная на игре». То, что объединяет данные понятия, – это ориентация на достижение педагогических целей. Геймификация отличается от серьезной об-

разовательной игры и эдьютеймента тем, что она в меньшей степени ориентирована на развлечение. Серьезная образовательная игра, развлекательная видеоигра, игра для обучения являются целостными объектами в отличие от эдьютеймента, геймификации, обучения, основанного на игре и педагогики, основанной на игре, которые используют лишь отдельные элементы игр. Геймификация, эдьютеймент, серьезная образовательная игра, развлекательная видеоигра направлены на повышение мотивации.

Таким образом, мы видим, что с течением времени игровые технологии в образовании претерпевают значительные изменения, связанные в первую очередь с развитием информационно-коммуникационных технологий и цифровизации образования. Это нам ярко демонстрируют видеоигры, серьезные игры, симуляторы, виртуальные образовательные среды, виртуальные лаборатории, образовательные онлайн-платформы, массовые открытые онлайн-курсы, образовательные игры в *VR* и *AR*.

## БИБЛИОГРАФИЯ



1. 16 trends that will define the future of video games [Electronic resource] // The Guardian. 2015. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/23/16-trends-that-will-change-the-games-industry> (accessed: 24.02.2018).
2. Aarseth, E.J. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature* / E.J. Aarseth. Baltimore, London: The Johns Hopkins University Press, 1997. 216 p. doi: 10.2307/1513408.
3. Aarseth, E. *Computer Game Studies, Year One* / E. Aarseth // *Game Studies*. 2001. Vol. 1, № 1 P. 1–15.
4. Aarseth, E. *Allegories of Space. The Question of Spatiality in Computer Games* / E. Aarseth, A. Aarseth // *Cybertext Yearbook 2000*. Saarijärvi, 2001. P. 152–171.
5. Aarseth, E. *From Literature to Cultural Literacy* / E. Aarseth // *From Literature to Cultural Literacy* / ed. by N. Segal, D. Koleva. London: Palgrave Macmillan UK, 2014. P. 180–188. doi: 10.1057/9781137429704.
6. Adachi, P.J.C. *Do Video Games Promote Positive Youth Development?* / P.J.C. Adachi, T. Willoughby // *Journal of Adolescent Research*. 2013. Vol. 28, № 2. P. 155–165. doi: 10.1177/0743558412464522.
7. Adachi, P.J.C. *More Than Just Fun and Games: The Longitudinal Relationships Between Strategic Video Games, Self-Reported Problem Solving Skills, and Academic Grades* / P.J.C. Adachi, T. Willoughby // *Journal of Youth and Adolescence*. 2013. Vol. 42, № 7. P. 1041–1052. doi: 10.1007/s10964-013-9913-9.
8. Adachi, P.J.C. *The Link Between Playing Video Games and Positive Youth Outcomes* / P.J.C. Adachi, T. Willoughby // *Child Development Perspectives*. 2017. Vol. 11, № 3. P. 202–206. doi: 10.1111/cdep.12232.
9. Addis, M. *New technologies and cultural consumption edutainment is born!* / M. Addis // *European Journal of Marketing*. 2005. Vol. 39, № 7/8. P. 729–736. doi: 10.1108/03090560510601734.
10. Aksakal, N. *Theoretical View to The Approach of The Edutainment* / N. Aksakal // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2015. Vol. 186. P. 1232–1239. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.04.081.

11. Altice, N. *I Am Error: The Nintendo Family Computer / Entertainment System Platform* / N. Altice. 1st ed. Cambridge, London: The MIT Press, 2015. 440 p.
12. Alvarez, J. *From Video Games to Serious Game*. PhD dissertation. Université Toulouse / J. Alvarez. Toulouse, 2007. 445 p.
13. Anderson, C.A. Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life / C.A. Anderson, K.E. Dill // *Journal of personality and social psychology*. 2000. Vol. 78, № 4. P. 772–790.
14. Anderson, C.A. An update on the effects of playing violent video games / C.A. Anderson // *Journal of Adolescence*. 2004. Vol. 27, № 1. P. 113–122. doi: 10.1016/j.adolescence.2003.10.009.
15. Anderson, C.A. Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in Eastern and Western countries: a meta-analytic review / C.A. Anderson, A. Shibuya, N. Ihori, E.L. Swing, B.J. Bushman, A. Sakamoto, H.R. Rothstein, M. Saleem // *Psychological Bulletin*. 2010. Vol. 136, № 2. P. 151–173. doi:10.1037/a0018251.
16. Arastoopour, G. *Nephrotex: Measuring first-year students' ways of professional engineering thinking in a virtual internship* [Electronic resource] / G. Arastoopour, N.C. Chesler, C.M. D'Angelo, D.W. Shaffer, J.W. Opgenorth, C.B. Reardan, N.P. Haggerty, C.G. Lepak // 2012 ASEE Annual Conference & Exposition. San Antonio: American Society for Engineering Education, 2012. URL: <https://www.asee.org/public/conferences/8/papers/3103/download> (accessed: 10.08.2018).
17. Arverse, I. *Serious games* [Electronic resource] / I. Arverse // *Digital Art & Innovation*. 2009. URL: [https://media.digitalarti.com/blog/mcd/isabelle\\_arvers\\_serious\\_games](https://media.digitalarti.com/blog/mcd/isabelle_arvers_serious_games) (accessed: 27.04.2018).
18. Back, J. “We are two strong women” Designing Empowerment in a Pervasive Game / J. Back, A. Waern // *DiGRA '13 – Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*. Atlanta: DiGRA, 2013. P. 1–16.
19. Baer, R. *Videogames: In the Beginning* / R. Baer. Springfield: Rolenta Press, 2005. 258 p.
20. Bagnall, G.L. *Queer(ing) Game Technologies: Thinking of Constructions of Normativity Inscribed in Digital Gaming Hardware* / G.L. Bagnall // *Queer Game Studies* / ed. by B. Ruberg, A. Shaw. Minnesota: University of Minnesota Press, 2016. P. 135–144.

21. Bainbridge, W.S. eGods: Faith versus Fantasy in Computer Gaming / W.S. Bainbridge. 1st ed. New York: Oxford University Press, 2013. 336 p.
22. Bateman, C. The Anarchy of Paidia [Electronic resource] / C. Bateman. 2005. URL: [https://onlyagame.typepad.com/only\\_a\\_game/2005/12/the\\_anarchy\\_of\\_\\_1.html](https://onlyagame.typepad.com/only_a_game/2005/12/the_anarchy_of__1.html) (accessed: 30.10.2018).
23. Bavelier, D. Brain Plasticity Through the Life Span: Learning to Learn and Action Video Games / D. Bavelier, C.S. Green, A. Pouget, P. Schrater // Annual Review of Neuroscience. 2012. Vol. 35, № 1. P. 391–416. doi: 10.1146/annurev-neuro-060909-152832.
24. Beavis, C. Pretty good for a girl: gender, identity and computer games / C. Beavis // DiGRA '05 – Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Changing Views: Worlds in Play. Vancouver: DiGRA, 2005. P. 1–12.
25. Becker, K. What's the difference between serious games, educational games, and game-based learning? [Electronic resource] / K. Becker // The Becker Blog. 2018. URL: <http://minkhollow.ca/beckerblog/wp-content/uploads/2018/02/game-gbl-gamification-2.png> (accessed: 28.04.2018).
26. Bennerstedt, U. How gamers manage aggression: Situating skills in collaborative computer games / U. Bennerstedt, J. Ivarsson, J. Linderoth // International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning. 2012. Vol. 7, № 1. P. 43–61. doi: 10.1007/s11412-011-9136-6.
27. Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Computer Games / ed. by Y.B. Kafai, C. Heeter, J. Denner, J.Y. Sun. Cambridge: The MIT Press, 2008. 398 p.
28. Biddiss, E. Active Video Games to Promote Physical Activity in Children and Youth / E. Biddiss, J. Irwin // Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine. 2010. Vol. 164, № 7. P. 664–672. doi: 10.1001/archpediatrics.2010.104.
29. Bloor, D. Knowledge and Social Imagery / D. Bloor. London: University of Chicago Press, 1991. 211 p.
30. Blunt, R. Do Serious Games Work? Results from Three Studies [Electronic resource] / R. Blunt // eLearn. 2009. № 12. URL: <https://elearnmag.acm.org/archive.cfm?aid=1661378> (accessed: 10.08.2018).
31. Bogost, I. Persuasive games: The expressive power of videogames / I. Bogost. Cambridge: The MIT Press, 2007. 464 p.
32. Bogost, I. Unit Operations: An Approach to Videogame Criticism / I. Bogost. Cambridge: The MIT Press, 2008. 264 p.

33. Bogost, I. Gamification is Bullshit. My position statement at the Wharton Gamification Symposium [Electronic resource] / I. Bogost. 2011. URL: [http://bogost.com/blog/gamification\\_is\\_bullshit/](http://bogost.com/blog/gamification_is_bullshit/) (accessed: 08.08.2018).
34. Bogost, I. Alien Phenomenology, or What It's Like to Be a Thing / I. Bogost. Minneapolis: Univ Of Minnesota Press, 2012. 168 p.
35. Boller, S. Play to Learn: Everything You Need to Know about Designing Effective Learning Games / S. Boller, K. Kapp. Alexandria: Association for Talent Development, 2017. 168 p.
36. Bostrom, N. Are We Living in a Computer Simulation? / N. Bostrom // The Philosophical Quarterly. 2003. Vol. 53, № 211. P. 243–255. doi: 10.1111/1467-9213.00309.
37. Boughzala, I. Introduction to the Serious Games, gamification and innovation minitrack / I. Boughzala, H. Michel // 49th Hawaii International Conference on System Sciences. Kauai: IEEE, 2016. P. 817.
38. Bourgonjon, J. Players' perspectives on the positive impact of video games: a qualitative content analysis of online forum discussions / J. Bourgonjon, G. Vandermeersche, B. De Wever, R. Soetaert, M. Valcke // New Media & Society. 2016. Vol. 18, № 8. P. 1732–1749. doi: 10.1177/1461444815569723.
39. Bowers, A.J. Does recreational computer use affect high school achievement? / A.J. Bowers, M. Berland // Educational Technology Research and Development. 2013. Vol. 61, № 1. P. 51–69. doi: 10.1007/s11423-012-9274-1.
40. Bowman, N.D. The Impact of Video Game Play on Human (and Orc) Creativity / N.D. Bowman, R. Kowert, C.J. Ferguson // Video Games and Creativity. London: Elsevier, 2015. P. 39–60. doi:10.1016/B978-0-12-801462-2.00002-3.
41. Bowman, N.D. “In the Mood to Game”: Selective exposure and mood management processes in computer game play / N.D. Bowman, R. Tamborini // New Media & Society. 2015. Vol. 17, № 3. P. 375–393. doi: 10.1177/1461444813504274.
42. Braxton, S. Killing Time in Diner Dash: Representation, Gender, and Casual Games (Abstract) [Electronic resource] / S. Braxton // DiGRA '09 – Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory. London, 2009. URL: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09291.44119.pdf> (accessed: 08.10.2018).
43. Bryant, L.R. Onto-Cartography: An ontology of machines and media / L.R. Bryant. 1st ed. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2014. 256 p. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.

44. Bryce, J. Killing like a girl: Gendered gaming and girl gamers' visibility / J. Bryce, J. Rutter // *Proceedings of Computer Games and Digital Cultures Conference* / ed. by F. Mäyrä. Tampere: Tampere University Press, 2002. P. 243–255. doi: 10.1.1.97.9334.
45. Buckingham, D. Selling learning: Towards a political economy of edutainment media / D. Buckingham, M. Scanlon // *Media, Culture & Society*. 2005. Vol. 27, № 1. P. 41–58.
46. Buelow, M.T. The influence of video games on executive functions in college students / M.T. Buelow, B.M. Okdie, A.B. Cooper // *Computers in Human Behavior*. 2015. Vol. 45. P. 228–234. doi: 10.1016/j.chb.2014.12.029.
47. Calvert, S. Cognitive Effects of Video Games / S. Calvert // *Handbook of Computer Game Studies* / ed. by J. Raessens, J. Goldstein. Cambridge; London: MIT Press (Leonardo), 2005. P. 125–132.
48. Carr, D. Contexts, gaming pleasures, and gendered preferences / D. Carr // *Simulation & Gaming*. 2005. Vol. 36, № 4. P. 464–482. doi: 10.1177/1046878105282160.
49. Castronova, E. As real as real? Macroeconomic behavior in a large-scale virtual world / E. Castronova, D. Williams, Cuihua Shen, R. Ratan, Li Xiong, Yun Huang, B. Keegan // *New Media & Society*. 2009. Vol. 11, № 5. P. 685–707. doi: 10.1177/1461444809105346.
50. Chalmers, D.J. The Matrix as Metaphysics / D.J. Chalmers // *Philosophers Explore the Matrix*. 1st ed. New York: Oxford University Press, 2003. P. 132–176.
51. Chapman, A. Digital Games as History: How Videogames Represent the Past and Offer Access to Historical Practice / A. Chapman. 1st ed. New York; Abington: Routledge, 2016. 302 p.
52. Charsky, D. From edutainment to serious games: a change in the use of game characteristics / D. Charsky // *Games and culture*. 2010. Vol. 5, № 2. P. 177–198.
53. Chou, Y.-K. Octalysis complete Gamification framework [Electronic resource] / Y.-K. Chou. 2013. URL: <http://yukaichou.com/gamification-examples/octalysis-complete-gamification-framework/> (accessed: 12.11.2017).
54. Colace, F. Work in Progress: Bayesian Networks for Edutainment / F. Colace, M. Santo, A. Pietrosanto, A. Troiano // *Proceedings. Frontiers in Education. 36th Annual Conference*. Savannah: IEEE, 2006. P. 13–14. doi: 10.1109/FIE.2006.322573.

55. Conditt, J. Video games are more important than ever. IndieCade 2016 highlighted the power of video games to humanize critical social issues [Electronic resource] / J. Conditt. 2016. URL: <https://www.engadget.com/2016/10/26/indiecade-video-games-art-society/> (accessed: 24.02.2018).
56. Corriea, A.R. There and back again: A history of The Lord of the Rings in video games [Electronic resource] / A.R. Corriea. URL: <https://www.polygon.com/2014/9/23/6414775/lord-the-rings-tolkien-video-games> (accessed: 01.07.2018).
57. Crawford, C. My Definition of “Game” [Electronic resource] / C. Crawford. URL: <http://www.erasmatazz.com/library/the-journal-of-computer/jcgd-volume-4/my-definition-of-game.html> (accessed: 29.10.2018).
58. David, B. Mass Effect 3 “gay romance” slammed by Metacritics [Electronic resource] / B. David // GMA News Online. 2012. URL: <http://www.gmanetwork.com/news/scitech/technology/250730/mass-effect-3-gay-romance-slammed-by-metacritics/story/> (accessed: 08.10.2018).
59. Denner, J. The Girls Creating Games Program: Strategies for Engaging Middle-School Girls in Information Technology / J. Denner, L. Werner, S. Bean, S. Campe // *Frontiers: A Journal of Women Studies*. 2005. Vol. 26, № 1. P. 90–98 doi:10.1353/fro.2005.0008.
60. DeVary, S. Educational gaming: Interactive edutainment / S. DeVary // *Distance Learning*. 2008. Vol. 5, № 3. P. 35–44.
61. Dicerbo, K. Taking Serious Games Seriously in Education [Electronic resource] / K. Dicerbo // *EDUCAUSEreview*. 2015. URL: <https://er.educause.edu/articles/2015/7/taking-serious-games-seriously-in-education> (accessed: 10.08.2018).
62. Dillon, R. The Golden Age of Video Games. The Birth of Multi-Billion Dollar Industry / R. Dillon. 1st ed. London; New York: A K Peters / CRC Press, 2011. 218 p.
63. Djaouti, D. Towards a classification of video games [Electronic resource] / D. Djaouti, J. Alvarez, J. Jessel, G. Methel. 2007. URL: [http://ja.games.free.fr/These/\\_persoEcris/Articlespubliés/AISB07/Avec Dams/Djaouti\\_Alvarez.pdf](http://ja.games.free.fr/These/_persoEcris/Articlespubliés/AISB07/Avec_Dams/Djaouti_Alvarez.pdf) (accessed: 09.07.2016).
64. Djaouti, D. Classifying Serious Games / D. Djaouti, J. Alvarez, J.-P. Jessel // *Handbook of research on improving learning and motivation through educational games: Multidisciplinary approaches*. 2011. № 2005. P. 118–136. doi: 10.4018/978-1-60960-495-0.ch006.

65. Donovan, T. *Replay: The History of Video Games* / T. Donovan. Lewes: Yellow Ant, 2010. 516 p.
66. Donovan, R. *Principles and practice of social marketing: An international perspective* / R. Donovan, N. Henley. New York: Cambridge University Press, 2010. 504 p.
67. Donovan, T. *It's All a Game: The History of Board Games from Monopoly to Settlers of Catan* / T. Donovan. New York: Thomas Dunne Books, 2017. 304 p.
68. Druin, A. *Designing Multimedia Environments for Children: Computers, Creativity, and Kids* / A. Druin, C. Solomon. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1996. 296 p.
69. Dyer-Witheford, N. *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games* / N. Dyer-Witheford, G. de Peuter. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009. 320 p.
70. Educational game Czechoslovakia 38-89 wins prestigious international competition [Electronic resource]. 2015. URL: <https://www.ff.cuni.cz/2015/08/educational-game-czechoslovakia-38-89-wins-prestigious-international-competition/> (accessed: 22.04.2018).
71. Egenfeldt-Nielsen, S. *Understanding video games: The essential introduction* / S. Egenfeldt-Nielsen, J.H. Smith, S.P. Tosca. New York: Routledge, 2015. 302 p.
72. Entropia Universe игра на реальные деньги [Electronic resource]. URL: <http://entropia-game.ru/entropia-universe-igra-na-realniye-dengi> (дата обращения: 17.04.2018).
73. Eskelinen, M. *Video Games and Configurative Performances* / M. Eskelinen, R. Tronstad // *The Video Game Theory Reader* / ed. by M.J.P. Wolf, B. Perron. New York; London: Routledge, 2003. P. 195–220.
74. Evans, M.A. *Youth and Video Games Exploring Effects on Learning and Engagemen* / M.A. Evans, A. Norton, M. Chang, K. Deater-Deckard, O. Balci // *Zeitschrift für Psychologie*. 2013. Vol. 221, № 2. P. 98–106. doi: 10.1027/2151-2604/a000135.
75. Ewoldsen, D.R. *Effect of Playing Violent Video Games Cooperatively or Competitively on Subsequent Cooperative Behavior* / D.R. Ewoldsen, C.A. Eno, B.M. Okdie, J.A. Velez, R.E. Guadagno, J. DeCoster // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2012. Vol. 15, № 5. P. 277–280. doi: 10.1089/cyber.2011.0308.
76. Eyles, M. *Playful ambience* / M. Eyles, D. Pinchbeck // *Think Design Play: the fifth international conference of the Digital Research Association (DIGRA)*. 2011. P. 1–16.

77. Ferguson, C.J. Video Game Violence Use Among “Vulnerable” Populations: The Impact of Violent Games on Delinquency and Bullying Among Children with Clinically Elevated Depression or Attention Deficit Symptoms / C.J. Ferguson, C.K. Olson // *Journal of Youth and Adolescence*. 2014. Vol. 43, № 1. P. 127–136. doi: 10.1007/s10964-013-9986-5.
78. Ferguson, C.J. Do Angry Birds Make for Angry Children? A Meta-Analysis of Video Game Influences on Children’s and Adolescents’ Aggression, Mental Health, Prosocial Behavior, and Academic Performance / C.J. Ferguson // *Perspectives on Psychological Science*. 2015. Vol. 10, № 5. P. 646–666. doi:10.1177/1745691615592234.
79. Fossard, E. De Using edu-tainment for distance education in community work / E. De Fossard. 1st ed. London; Thousand Oaks; New Dehli; Singapore: Sage Publications, 2008. 296 p.
80. Foster, A. Alternate Reality Game puzzle design [Electronic resource] / A. Foster. 2013. URL: <http://www.gamasutra.com/blogs/AdamFoster/20130617/194321/> (accessed: 08.08.2018).
81. Frasca, G. Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology / G. Frasca // *The Video Game Theory Reader* / ed. by M.J.P. Wolf, B. Perron. 1st ed. London; New York: Routledge, 2003. P. 221–235.
82. Frasca, G. Ludologists love stories, too: notes from a debate that never took place / G. Frasca // *DiGRA ’03 – Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up*. Utrecht: University of Utrecht, 2003. P. 92–99.
83. Goldstein, J. People @ Play: Electronic Games / J. Goldstein // *Cognition in a Digital World* / ed. by H. Van Oostendrop. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003. P. 22–40.
84. Granic, I. The benefits of playing video games. / I. Granic, A. Lobel, R.C.M.E. Engels // *American Psychologist*. 2014. Vol. 69, № 1. P. 66–78. doi: 10.1037/a0034857.
85. Greitemeyer, T. The spreading impact of playing violent video games on aggression / T. Greitemeyer // *Computers in Human Behavior*. 2018. Vol. 80. P. 216–219. doi: 10.1016/j.chb.2017.11.022.
86. Griffiths, M. The Therapeutic Value of Video Games / M. Griffiths // *Handbook of Computer Game Studies* / ed. by J. Raessens, J. Goldstein. Cambridge; London: The MIT Press, 2005. P. 161–175.
87. Hakala, P.T. Musculoskeletal symptoms and computer use among Finnish adolescents – pain intensity and inconvenience to everyday life: a cross-

- sectional study / P.T. Hakala, L.A. Saarni, R.-L. Punamäki, M.A. Wallenius, C.-H. Nygård, A.H. Rimpelä // *BMC Musculoskeletal Disorders*. 2012. Vol. 13, № 1. P. 41. doi: 10.1186/1471-2474-13-41.
88. Halos and Avatars: Playing Video Games with God / ed. by C. Detweiler. 1st ed. Louisville: Westminster John Knox Press, 2010. 224 p.
89. Heidegger, M. The Age of the World Picture / M. Heidegger // *Science and the Quest for Reality*. London: Palgrave Macmillan UK, 1977. P. 70–88. doi: 10.1007/978-1-349-25249-7\_3.
90. Heidegger, M. The Question Concerning Technology, and Other Essays / M. Heidegger. New York: Harper Torchbooks, 1977. 224 p.
91. Hopson, J. Behavioral Game Design [Electronic resource] / J. Hopson // *Gamasutra*. 2001. URL: [http://www.gamasutra.com/view/feature/131494/behavioral\\_game\\_design.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/131494/behavioral_game_design.php) (accessed: 08.10.2018).
92. Introduction to Game Studies [Electronic resource] // MIT OpenCourseWare. URL: [http://ocw.mit.edu/courses/comparative-media-studies-writing/cms-300-introduction-to-videogame-studies-fall-2011/assignments/game-analysis/MITCMS\\_300F11\\_GameAnaGuide.pdf](http://ocw.mit.edu/courses/comparative-media-studies-writing/cms-300-introduction-to-videogame-studies-fall-2011/assignments/game-analysis/MITCMS_300F11_GameAnaGuide.pdf) (accessed: 11.10.2018).
93. Irizarry, J. The Lord is My Shepard. Confronting Religion in the Mass Effect Trilogy / J. Irizarry, I. Irizarry // *Religion in Digital Games: Multiperspective and Interdisciplinary Approaches*. 2014. Vol. 5. P. 224–249.
94. Jackson, L.A. Information technology use and creativity: Findings from the Children and Technology Project / L.A. Jackson, E.A. Witt, A.I. Games, H.E. Fitzgerald, A. von Eye, Y. Zhao // *Computers in Human Behavior*. 2012. Vol. 28, № 2. P. 370–376. doi: 10.1016/j.chb.2011.10.006.
95. Janine, F. The Hegemony of Play / F. Janine, F. Tracy, M. Jacquelyn Ford, P. Celia // *DiGRA '07 – Proceedings of the 2007 DiGRA International Conference: Situated Play*. Tokio: The University of Tokyo, 2007. P. 309–318.
96. Jansz, J. The representation of gender and Ethnicity in digital interactive games / J. Jansz, R.G. Martis // *DiGRA '03 – Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up*. Utrecht: University of Utrecht, 2003. P. 260–269.
97. Jenkins, H. Reality Bytes: Eight Myths About Video Games Debunked [Electronic resource] / H. Jenkins. URL: <http://www.pbs.org/kcts/videogamerevolution/impact/myths.html> (accessed: 24.02.2018).
98. Jensen, G.H. Making Sense of Play in Video Games: Ludus, Paidia, and Possibility Spaces / G.H. Jensen // *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*. 2013. Vol. 7, № 1. P. 69–80.

99. Jenson, J. Girls and Gaming: Gender Research, “Progress” and the Death of Interpretation / J. Jenson, S. de Castell. // DiGRA '07 – Proceedings of the 2007 DiGRA International Conference: Situated Play. Tokyo: The University of Tokyo, 2007. P. 769–771.
100. Jerabeck, J.M. The influence of solitary and cooperative violent video game play on aggressive and prosocial behavior / J.M. Jerabeck, C.J. Ferguson // *Computers in Human Behavior*. 2013. Vol. 29, № 6. P. 2573–2578. doi: 10.1016/j.chb.2013.06.034.
101. Juul, J. A casual revolution / J. Juul // *A casual revolution: Reinventing video games and their players*. Cambridge; London: The MIT Press, 2009. P. 1–24.
102. Kafai, Y.B. *Minds in Play: Computer Game Design As a Context for Children’s Learning* / Y.B. Kafai. 1st ed. New York: Routledge, 1994. 360 p.
103. Kasurinen, J. Publication trends in gamification: A systematic mapping study / J. Kasurinen, A. Knutas // *Computer Science Review*. 2018. Vol. 27. P. 33–44. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2017.10.003>.
104. Kent, S.L. *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World* / S.L. Kent. 1st ed. NY.: Three Rivers Press, 2001. 624 p.
105. Emotional and Behavioral Effects of Video Games and Internet Overuse, CSAPH Report 12-A-07 // *Featured Report, American Medical Association* / M.K. Khan. 2007. 10 p.
106. Khatib, F. Crystal structure of a monomeric retroviral protease solved by protein folding game players / F. Khatib, F. Dimaio, S. Cooper, M. Kazmierczyk, M. Gilski, S. Krzywda, H. Zabranska, I. Pichova, J. Thompson, Z. Popović, M. Jaskolski, D. Baker // *Nature Structural and Molecular Biology*. 2011. Vol. 18, № 10. P. 1175–1177. doi: 10.1038/nsmb.2119.
107. Kirby, D. *Fantasy and Belief: Alternative Religions, Popular Narratives, and Digital Cultures* / D. Kirby. New York; Abington: Routledge, 2014. 224 p.
108. Kondrat, X. Gender and video games: How is female gender generally represented in various genres of video games? / X. Kondrat // *Journal of comparative research in anthropology and sociology*. 2015. Vol. 6, № 1. P. 171–193.
109. Kosmin, B. Contemporary Secularity and Secularism / B. Kosmin // *Secularism & Secularity: Contemporary International Perspectives* / ed. by B.A. Kosmin, A. Keysar. Hartford: Institute for the Study of Secularism in Society and Culture (ISSSC), 2007. P. 1–13.

110. Kovess-Masfety, V. Is time spent playing video games associated with mental health, cognitive and social skills in young children? / V. Kovess-Masfety, K. Keyes, A. Hamilton, G. Hanson, A. Bitfoi, D. Golitz, C. Koç, R. Kuijpers, S. Lesinskiene, Z. Mihova, R. Otten, C. Fermanian, O. Pez // *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*. 2016. Vol. 51, № 3. P. 349–357. doi: 10.1007/s00127-016-1179-6.
111. Krause, J.M. Potential Influences of Exergaming on Self-efficacy for Physical Activity and Sport / J.M. Krause, E.A. Benavidez // *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*. 2014. Vol. 85, № 4 P. 15–20. doi: 10.1080/07303084.2014.884428.
112. Li, R. Enhancing the contrast sensitivity function through action video game training / R. Li, U. Polat, W. Makous, D. Bavelier // *Nature Neuroscience*. 2009. Vol. 12, № 5. P. 549–551. doi: 10.1038/nn.2296.
113. Lobo, S. Google macht die Welt zum Spielfeld [Electronic resource] / S. Lobo // *Spiegel Online*. Die Mensch-Maschine (eine Kolumne von Sascha Lobo). URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/google-ingress-die-ganze-welt-als-spiel-a-902267.html> (accessed: 13.11.2017).
114. Looy, J. Van You Are What You Play? A Quantitative Study into Game Design Preferences across Gender and their Interaction with Gaming Habits / J. Van Looy, F. De Grove, C. Courtois // *DiGRA '11 – Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play*. Utrecht: DiGRA/Utrecht School of the Arts, 2011. P. 1–20.
115. Majkowski, T.Z. Grotesque Realism and Carnality: Bakhtinian Inspirations in Video Game Studies / T.Z. Majkowski // *Proceedings of the Central and Eastern European Game Studies Conference* / ed. by T. Bártek, J. Miškov, J. Švelch. Brno: Stuaře, 2015. P. 27–45.
116. Mäyrä, F. *An Introduction to Game Studies: Games in Culture* / F. Mäyrä. 1st ed. London; Thousand Oaks; New Dehli; Singapore: SAGE Publications Ltd, 2008. 208 p.
117. McGonigal, J. “This is not a game”: immersive aesthetics and collective play [Electronic resource] / J. McGonigal. 2003. URL: <http://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal-jane-this-is-not-a-game.pdf> (accessed: 13.11.2017).
118. McGonigal, J. High Performance Gameplay Inventory [Electronic resource] / J. McGonigal. 2005. URL: [http://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal\\_the-high-performance-gameplay-inventory\\_june-2005.pdf](http://janemcgonigal.files.wordpress.com/2010/12/mcgonigal_the-high-performance-gameplay-inventory_june-2005.pdf) (accessed: 09.08.2018).

119. McGonigal, J. *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World* / J. McGonigal. New York: The Penguin Press, 2011. 416 p.
120. Michael, D.R. *Serious Games: Games That Educate, Train, and Inform* / D.R. Michael, S.L. Chen. 2nd ed. Boston: Thomson Course Technology, 2006. 287 p. doi: 10.1021/la104669k.
121. Molenda, M. *Educational Technology: A Definition with Commentary* / M. Molenda, A. Januszewski. 2nd ed. New York; Abington: Routledge, 2007. 384 p.
122. Montfort, N. *Racing the Beam: The Atari Video Computer System* / N. Montfort, I. Bogost. 2nd ed. Cambridge; London: The MIT Press, 2009. 192 p.
123. Montola, M. *Pervasive Games: Theory and Design* / M. Montola, J. Stenros, A. Waern. 1st ed. Boca Raton: CRC Press, 2009. 288 p.
124. Morton, T. *Realist Magic: Objects, Ontology, Causality* / T. Morton. Ann Arbor: Open Humanities Press, 2013. 234 p.
125. Mouaheb, H. *The Serious Game: What Educational Benefits?* / H. Mouaheb, A. Fahli, M. Moussetad, S. Eljamali // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2012. Vol. 46. P. 5502–5508. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.06.465.
126. Murray, J. *Hamlet on the Holodeck: the Future of Narrative in Cyberspace* / J. Murray. New York: Free Press, 1997. 324 p.
127. Němec, J. *Edutainment or entertainment. Education possibilities of didactic games in science education* / J. Němec, J. Trna // *The Evolution Of Children Play-24*. ICCP Word Play Conference. Brno: Masaryk University, 2007. P. 55–64.
128. Nicholas, T. *Gender in Play: Mapping a Girls' Gaming Club* / T. Nicholas, J. Jennifer, S. de Castell // *DiGRA '07 – Proceedings of the 2007 DiGRA International Conference: Situated Play*. Tokio: The University of Tokyo, 2007. P. 302–308.
129. O'Learly, A. *In Virtual Play, Sex Harassment Is All Too Real [Electronic resource]* / A. O'Learly // *The New York Times*. 2012. URL: <https://www.ny-times.com/2012/08/02/us/sexual-harassment-in-online-gaming-stirs-anger.html> (accessed: 08.10.2018).
130. Okan, Z. *Edutainment: Is learning at risk?* / Z. Okan // *British Journal of Educational Technology*. 2003. Vol. 34, № 3. P. 255–264.
131. Palaus, M. *Neural Basis of Video Gaming: a Systematic Review* / M. Palaus, E.M. Marron, R. Viejo-Sobera, D. Redolar-Ripoll // *Frontiers in Human Neuroscience*. 2017. Vol. 11. P. 1–40. doi: 10.3389/fnhum.2017.00248.

132. Peacock, L. Tomb Raider: I don't need reminding that Lara Croft is a woman [Electronic resource] / L. Peacock // The Telegraph. 2013. URL: <https://www.telegraph.co.uk/women/womens-life/9893950/Lara-Croft-in-Tomb-Raider-I-dont-need-reminding-that-shes-a-woman.html> (accessed: 08.10.2018).
133. Playing with Religion in Digital Games (Digital Game Studies) / ed. by H. Campbell, G.P. Grieve. Bloomington: Indiana University Press, 2014. 314 p.
134. Portal Submissions are back! [Electronic resource]. URL: <https://fev-games.net/portal-submissions-back/> (accessed: 13.11.2017).
135. Prensky, M. Digital Natives, Digital Immigrants Part 1 / M. Prensky // On the Horizon. 2001. Vol. 9, № 5. P. 1–6. doi: 10.1108/10748120110424816.
136. Przybylski, A.K. Electronic Gaming and Psychosocial Adjustment / A.K. Przybylski // Pediatrics. 2014. Vol. 134, № 3. P. e716–e722. doi: 10.1542/peds.2013-4021.
137. Raessens, J. Playful Identities, or the Ludification of Culture / J. Raessens // Games and Culture. 2006. Vol. 1, № 1. P. 52–57. doi: 10.1177/1555412005281779.
138. Ray, S.G. Gender Inclusive Game Design: Expanding the Market (Advances in Computer Graphics and Game Development Series) / S.G. Ray. Rockland: Charles River Media, Inc., 2003. 350 p.
139. Reinders, H. Can i Say Something? the Effects of Digital Game Play on Willingness to Communicate / H. Reinders, S. Wattana // Language Learning & Technology. 2014. Vol. 18, № 2. P. 101–123.
140. Religion in Digital Games: Multiperspective and Interdisciplinary Approaches [Electronic resource] // Online Heidelberg Journal of Religions on the Internet / ed. by S. Heidbrink, T. Knoll. 2014. URL: <https://heiup.uni-heidelberg.de/journals/index.php/religions/issue/view/1449/showToc> (accessed: 11.10.2018).
141. Religion in Digital Games: Respawned [Electronic resource] // Online Heidelberg Journal of Religions on the Internet / ed. by S. Heidbrink, T. Knoll. 2016. URL: <https://heiup.uni-heidelberg.de/journals/index.php/religions/issue/viewFile/2354/347> (accessed: 11.10.2018).
142. Resnick, M. Edutainment? No Thanks . I Prefer Playful Learning / M. Resnick // MIT Media Laboratory. 2004. Vol. 1. P. 1–4. doi: 10.1109/ICALT.2008.122.
143. Robson, K. Is it all a game? Understanding the principles of gamification / K. Robson, K. Plangger, J.H. Kietzmann, I. McCarthy, L. Pitt // Business Horizons. 2015. Vol. 58, № 4. P. 411–420. doi: 10.1016/j.bushor.2015.03.006.

144. Salen, K. Rules of Play: Game Design Fundamentals / K. Salen, E. Zimmerman. Massachusetts; London: The MIT Press, 2003. 688 p.
145. Samoylova, E. Virtual World of Computer Games: Reality or Illusion? / E. Samoylova // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2014. Vol. 149. P. 842–845. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.08.324.
146. Sawyer, B. Serious games taxonomy [Electronic resource] / B. Sawyer, P. Smith. 2008. P. 1–54. URL: <https://thedigitalentertainmentalliance.files.wordpress.com/2011/08/serious-games-taxonomy.pdf> (accessed: 27.10.2018).
147. Schell, J. Design Outside The Box [Electronic resource] / J. Schell. 2010. URL: <http://g4tv.com/videos/44277/DICE-2010-Design-Outside-the-Box-Presentation/> (accessed: 09.08.2018).
148. Serrels, M. A Port In The Storm: How One Professor Defied The Queensland Floods With Minecraft [Electronic resource] / M. Serrels. 2013. URL: <https://www.kotaku.com.au/2013/02/a-port-in-the-storm-how-one-queenslander-taught-his-class-in-minecraft/> (accessed: 13.11.2017).
149. Sevin, R. From Playing to Programming: The Effect of Video Game Play on Confidence with Computers and an Interest in Computer Science / R. Sevin, W. Decamp // Sociological Research Online. 2016. Vol. 21, № 3. P. 1–10. doi: 10.5153/sro.4082.
150. Shaev, Y. To the Inner Sense of Things in The Era of Virtual Space / Y. Shaev // International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences and Arts. Sofia: STEF92 Technology Ltd, 2015. Vol. 1. P. 789–794 doi: 10.5593/SGEMSOCIAL2015/B31/S11.103.
151. Shaw, A. What Is Video Game Culture? Cultural Studies and Game Studies / A. Shaw // Games and Culture. 2010. Vol. 5, № 4. P. 403–424. doi:10.1177/1555412009360414.
152. Shulman, J.L. The game of life: College sports and educational values / J.L. Shulman, W.G. Bowen. Princeton: Princeton University Press, 2011. 496 p.
153. Šisler, V. Digital Arabs: Representation in Video Games [Electronic resource] / V. Šisler. URL: <http://www.digitalislam.eu/article.do?articleId=1704> (accessed: 23.04.2018).
154. Šisler, V. Contested Memories of War in Czechoslovakia 38-89: Assassination: Designing a Serious Game on Contemporary History [Electronic resource] / V. Šisler // Game Studies. 2016. Vol. 16, № 2. URL: <http://gamestudies.org/1602/articles/sisler> (accessed: 13.08.2018).
155. Sliwinski, A. Gay gamer survey results with large hetero inclusion [Electronic resource] / A. Sliwinski // endgadget. 2007. URL:

- <https://www.engadget.com/2007/02/26/gay-gamer-survey-results-with-large-hetero-inclusion/> (accessed: 08.10.2018).
156. Smith, R. Game Impact Theory: The Five Forces That Are Driving the Adoption of Game Technologies within Multiple Established Industries [Electronic resource] / R. Smith. 2017. URL: [www.modelbenders.com/papers/Smith\\_Game\\_Impact\\_Theory.pdf](http://www.modelbenders.com/papers/Smith_Game_Impact_Theory.pdf) (accessed: 24.02.2018).
157. Snodgrass, J.G. Online gaming involvement and its positive and negative consequences: a cognitive anthropological “cultural consensus” approach to psychiatric measurement and assessment / J.G. Snodgrass, H.J.F. Dengah, M.G. Lacy, A. Bagwell, M. Van Oostenburg, D. Lende // *Computers in Human Behavior*. 2017. Vol. 66. P. 291–302. doi:10.1016/j.chb.2016.09.025.
158. Staff, E. The Making Of... Medal of Honor [Electronic resource] / E. Staff // [gamesradar+](http://gamesradar+). URL: <https://www.gamesradar.com/making-medal-honor/> (accessed: 23.04.2018).
159. Strauss, W. *Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069* / W. Strauss, N. Howe. 1st ed. New York: William Morrow & Company, 1991. 538 p.
160. Susi, T. Serious Games An Overview / T. Susi, M. Johannesson, P. Backlund // *Elearning*. 2007. Vol. 73, № 10. P. 1–28. doi: 10.1.1.105.7828.
161. The definition and characteristics of serious games [Electronic resource] // [Coursera.org](https://www.coursera.org/learn/serious-gaming/lecture/Aa56e/the-definition-and-characteristics-of-serious-games). 2018. URL: <https://www.coursera.org/learn/serious-gaming/lecture/Aa56e/the-definition-and-characteristics-of-serious-games> (accessed: 27.04.2018).
162. Tinkler, J. Old English in Rohan / J. Tinkler // *Tolkien and the Critics. Essays on J.R.R. Tolkien’s The Lord of the Rings* / ed. by N.D. Isaacs, R.A. Zimbaro. 1st ed. London: University of Notre Dame Press, 1969. P. 164–169.
163. Tratner, K. Critical Discourse Analysis: Studying Religion and Hegemony in Video Games / K. Tratner // *Methods for studying religion in videogames* / ed. by V. Šisler, K. Radde-Antweiler, X. Zeiler. 1st ed. New York; Abington: Routledge, 2017. P. 17–32.
164. Unsworth, N. Is Playing Video Games Related to Cognitive Abilities? / N. Unsworth, T.S. Redick, B.D. McMillan, D.Z. Hambrick, M.J. Kane, R.W. Engle // *Psychological Science*. 2015. Vol. 26, № 6. P. 759–774. doi: 10.1177/0956797615570367.
165. Uttal, D.H. The malleability of spatial skills: A meta-analysis of training studies / D.H. Uttal, N.G. Meadow, E. Tipton, L.L. Hand, A.R. Alden, C. Warren, N.S. Newcombe // *Psychological Bulletin*. 2013. Vol. 139, № 2. P. 352–402. doi: 10.1037/a0028446.

166. Vedamurthy, I. A dichoptic custom-made action video game as a treatment for adult amblyopia / I. Vedamurthy, M. Nahum, S.J. Huang, F. Zheng, J. Bayliss, D. Bavelier, D.M. Levi // *Vision Research*. 2015. Vol. 114. P. 173–187. doi: 10.1016/j.visres.2015.04.008.
167. Ventura, M. The relationship between video game use and a performance-based measure of persistence / M. Ventura, V. Shute, W. Zhao // *Computers & Education*. 2013. Vol. 60, № 1. P. 52–58. doi: 10.1016/j.compedu.2012.07.003.
168. Virilio, P. *Speed and Information: Cyberspace Alarm!* / P. Virilio // *Reading Digital Culture* / ed. by D. Trend. Malden: Blackwell, 2001. P. 23–28.
169. Walkerdine, V. Young children and video games: dangerous pleasures and pleasurable danger [Electronic resource] / V. Walkerdine, A. Thomas, D. Studdert. 1998. URL: [http://creativetechnology.salford.ac.uk/fuchs/projects/downloads/young\\_children\\_and\\_videogames.htm](http://creativetechnology.salford.ac.uk/fuchs/projects/downloads/young_children_and_videogames.htm) (accessed: 10.04.2007).
170. Walkerdine, V. *Children in Cyberspace: A New Frontier?* / V. Walkerdine // *Children in Culture* / ed. by K. Lesnik-Oberstein. London: Palgrave Macmillan UK, 1998. P. 231–247. doi:10.1057/9780230376205\_9.
171. Walther, B.K. Playing and gaming – Reflections and classifications / B.K. Walther, B. Kampmann Walther // *Game Studies*. 2003. Vol. 3, № 1. P. 1–20.
172. Wang, Y. Edutainment technology – a new starting point for educational development of China / Y. Wang, M. Zuo, X. Li // *37th Annual Frontiers In Education Conference – Global Engineering: Knowledge Without Borders, Opportunities Without Passports*. Milwaukee: IEEE, 2007. P. 5–8.
173. Ward, M. *Being Lara Croft, or, We Are All Sci Fi* [Electronic resource] / M. Ward // *Pop Matters*. 2000. URL: <https://www.popmatters.com/000114-ward-2496033577.html> (accessed: 08.10.2018).
174. West, G.L. Impact of video games on plasticity of the hippocampus / G.L. West, K. Konishi, M. Diarra, J. Benady-Chorney, B.L. Drisdelle, L. Dahmani, D.J. Sodums, F. Lepore, P. Jolicoeur, V.D. Bohbot // *Molecular Psychiatry*. 2018. Vol. 23, № 7. P. 1566–1574. doi: 10.1038/mp.2017.155.
175. Westecott, E. *Feminist Art Game Praxis* / E. Westecott, H. Epstein, A. Leitch // *DiGRA '13 – Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*. Atlanta: DiGRA, 2013. P. 1–18.
176. Willumsen, E.C. *Is My Avatar MY Avatar? Character Autonomy and Automated Avatar Actions in Digital Games* / E.C. Willumsen // *DiGRA '18 – Proceedings of the 2018 DiGRA International Conference: The Game is the Message*. Turin: DiGRA, 2018. P. 1–17.

177. Winn, J. Gaming, Gender, and Time: Who Makes Time to Play? / J. Winn, C. Heeter // *Sex Roles*. 2009. Vol. 61, № 1–2. P. 1–13. doi: 10.1007/s11199-009-9595-7.
178. Winner, L. Do Artifacts Have Politics? / L. Winner // *Daedalus*. 1980. Vol. 109, № 1. P. 121–136.
179. Yalburgi, V. “Mass Effect 3” Gay Sex Controversy: EA Defends Itself Against Anti-Gay Campaign [Electronic resource] / V. Yalburgi. 2014. URL: <https://www.ibtimes.co.uk/mass-effect-3-gay-sex-romance-controversy-325808> (accessed: 08.10.2018).
180. Zendle, D. Behavioural realism and the activation of aggressive concepts in violent video games / D. Zendle, D. Kudenko, P. Cairns // *Entertainment Computing*. 2018. Vol. 24. P. 21–29. doi: 10.1016/j.entcom.2017.10.003.
181. Аверинцев, С.С. Мифы / С.С. Аверинцев // *Краткая литературная энциклопедия* / под ред. А.А. Суркова. М.: Сов. энцикл., 1967. Т. 4. С. 876–881.
182. Анкерсмит, Ф. Нарративная логика. Семантический анализ языка историков / Ф. Анкерсмит. М.: Идея-Пресс, 2003. 360 с.
183. Афонасин, Е.В. Гносис. Фрагменты и свидетельства / Е.В. Афонасин. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2008. 318 с.
184. Бавелье, Д. Польза для мозга от видеоигр / Д. Бавелье, Ш. Грин // *В мире науки*. 2016. № 8–9. С. 78–82.
185. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: пер. с фр. / Р. Барт; под ред. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
186. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт. М.: Академический Проект, 2008. 351 с.
187. Басова, М.В. Геймифицированные практики современных СМИ / М.В. Басова, В.Е. Беленко // *Вестник Новосибирского государственного университета*. Серия: История, Филология. 2017. Т. 16, № 6. С. 41–52.
188. Баташева, Э.А. Мифы в современной культуре: негативная и позитивная роли / Э.А. Баташева // *Молодой ученый*. 2014. № 8. С. 743–746.
189. Беляев, Д.А. Концепт «Супергерой» как локальный вариант модели сверхчеловека в актуальном пространстве массовой культуры / Д.А. Беляев // *Вестник Волгоградского государственного университета*. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2013. № 2. С. 35–42.
190. Берн, Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. М.: Эксмо, 2016. 576 с.
191. Бершадский, А.М. Игровые компьютерные технологии в системе образования / А.М. Бершадский, Е.Е. Янко // *Современная техника и технологии*. 2016. № 9. С. 22–27.

192. Бессмертный, А.М. Игрофикация как образовательная парадигма обучения / А.М. Бессмертный, И.В. Гаенкова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. № 6 (110). С. 15–22.
193. Билалов, М.И. Эклектичность современной культуры как основания познания / М.И. Билалов // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. 2016. Т. 31, № 1 С. 70–75.
194. Богачева, Н.В. Специфика когнитивных стилей и функции контроля у геймеров [Электронный ресурс] / Н.В. Богачева, А.Е. Войскунский // Психологические исследования (электронный журнал). 2014. Т. 7, № 38. URL: <http://psystudy.ru/num/2014v7n38/1060-bogacheva38.html> (дата обращения: 13.08.2018).
195. Богост, Я. Бардак в видеоиграх / Я. Богост // Логос / пер. К. Майоровой. 2015. Т. 25, № 1(103). С. 79–99.
196. Бодрийяр, Ж. Соблазн / Ж. Бодрийяр. М.: Ad Marginem, 2000. 319 с.
197. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
198. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. М.: Республика, 2006. 269 с.
199. Брюно, Л. Коперниковский переворот в политической теории / Л. Брюно, Б. Латур // Социология власти. 2012. № 6–7. С. 235–254.
200. Букатов, В.М. Эдьютеймент: дидактические уроки игровых инноваций в образовании взрослых / В.М. Букатов // Актуальные проблемы психологического знания. 2017. № 2. С. 20–26.
201. Бурдые, П. Дух государства: генезис и структура бюрократического поля / П. Бурдые // Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии. СПб.: Алетейя, 2007. С. 220–254.
202. Быков, Е. Геймификация научных исследований / Е. Быков // Логос. 2015. Т. 25, № 1 (103). С. 180–183.
203. Величковский, Б.М. Современная когнитивная психология / Б.М. Величковский. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. 336 с.
204. Вербач, К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / К. Вербач, Д. Хантер. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 224 с.
205. Вермишев, Г.А. Архетипическое мифологическое содержание в структуре компьютерных игр / Г.А. Вермишев // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 11. С. 132–136.

206. Видеоигры приравняли к порнографии [Электронный ресурс] // SecurityLab.ru. 2006. URL: <https://www.securitylab.ru/news/267039.php> (дата обращения: 09.10.2018).
207. Воликова, Ю. Правила игры: внедрение геймификации в небольшой компании [Электронный ресурс] / Ю. Воликова. 2017. URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/342195-pravila-igry-vnedrenie-geymifikacii-v-nebolshoy-kompanii> (accessed: 11.10.2018).
208. Габитова, А.Р. Геймификация в образовании как инновационный аспект развития научной деятельности молодых ученых / А.Р. Габитова, И.А. Фролова // Вестник Казанского технологического университета. 2014. Т. 17, № 16. С. 252–254.
209. Гадамер, Х.-Г. Истина и метод: Основы филос. герменевтики: пер. с нем. / Х.-Г. Гадамер; под ред. Б.Н. Бессонова. М.: Прогресс, 1988. 704 с.
210. Гадамер, Х.-Г. Диалектическая этика Платона. Феноменологическая интерпретация «Филеба» / Х.-Г. Гадамер. СПб.: Изд. Санкт-Петербургского философского общества, 2000. 256 с.
211. Галанина, Е.В. Виртуальный мир видеоигры: культурфилософский анализ / Е.В. Галанина, Е.О. Акчелов // Философская мысль. 2016. № 7. С. 97–111.
212. Галкин, Д.В. Компьютерные игры как феномен современной культуры: опыт междисциплинарного исследования / Д.В. Галкин // Гуманитарная информатика. 2007. № 3. Р. 54–72.
213. Галкин, Д.В. Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей / Д.В. Галкин // Международный журнал исследований культуры. 2012. Т. 3, № 8 С. 11–16.
214. Галкин, Д.В. Цифровая культура: горизонты искусственной жизни / Д.В. Галкин. Томск: Изд-во ТГУ, 2013. 288 с.
215. Геймергейт: что стало причиной крупнейшего скандала в индустрии видеоигр [Электронный ресурс]. 2014. URL: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/177421-gamergate> (accessed: 11.10.2018).
216. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. 2-е изд. М.: КноРус, 2010. 256 с.
217. Гопман, В.Л. Фэнтези / В.Л. Гопман // Русская фантастика XX века в именах и лицах: справочник / под ред. М.И. Мещеряковой. М.: Мегатрон, 1999. С. 144.
218. Гортинский, В.А. Влияние компьютерных игр на жизнь человека / В.А. Гортинский, С.М. Шатров // Социальные нормы в условиях

- современных рисков. Западный: Научно-исследовательский центр «АнтроВита», 2017. С. 64–66.
219. Гройс, Б. Экранизация философии / Б. Гройс // Искусство кино. 2000. № 6. С. 100–101.
220. Губарь, О.В. Симулятивная экономика как новый объект экономических исследований / О.В. Губарь // Экономическая наука современной России. 2013. № 2. С. 29–42.
221. Губарь, О.В. Формирование социально-экономических отношений в виртуальных мирах компьютерных игр [Электронный ресурс] / О.В. Губарь, В.Д. Дмитриева // RELGA: научно-культурологический журнал. 2013. Т. 5 (261). URL: [www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3496&level1=main&leve](http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3496&level1=main&leve) (дата обращения: 01.04.2018).
222. Гуревич, П.С. Философия человека / П.С. Гуревич. М.: ИФРАН, 1999. 458 с.
223. Гуремина, Н.В. Эдьютейнмент как эффективная технология развития творческого потенциала личности в учебном процессе / Н.В. Гуремина, Л.В. Путинцева // Современные исследования социальных проблем. 2016. № 3–2 (59). С. 88–94.
224. Дворкин, А. Порнография: мужчины обладают женщинами / А. Дворкин // Гендерные исследования. 2000. № 4 С. 6–17.
225. Деланда, М. Война в эпоху разумных машин / М. Деланда; пер. Д. Кралечкин. Екатеринбург; Москва: Кабинетный ученый; Москва: Институт общегуманитарных исследований, 2014. 338 с.
226. Деникин, А.А. В защиту видеоигр / А.А. Деникин // Обсерватория культуры. 2014. № 3. С. 53–59.
227. Деррида, Ж. О грамматологии / Ж. Деррида. М.: Ad Marginem, 2000. 512 с.
228. Дин, М. Правительность: власть и правление в современных обществах / М. Дин; под ред. С. Гавриленко. М.: Дело, 2016.
229. Донован, Т. Играй! История видеоигр / Т. Донован. М.: Белое яблоко, 2014. 648 р.
230. Дурдом, который построил Джек [Электронный ресурс]. 2012. URL: <http://gmbbox.ru/platform/pc/durdom-kotoryu-postroil-dzhek> (дата обращения: 11.10.2018).
231. Дыбовский, Н. Враг за моей спиной! О роли времени в игровом процессе [Электронный ресурс] / Н. Дыбовский. 2006. URL: <http://gamestudies.ru/criticism/dybovsky-2006/> (дата обращения: 27.10.2018).

232. Дьяконова, О.О. Понятие «эдьютейнмент» в зарубежной и отечественной педагогике / О.О. Дьяконова // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 6. С. 182–185.
233. Железнякова, О.М. Сущность и содержание понятия «эдьютейнмент» в отечественной и зарубежной педагогической науке / О.М. Железнякова, О.О. Дьяконова // Alma mater (Вестник высшей школы). 2013. № 2 С. 67–70.
234. Женетт, Ж. Границы повествовательности / Ж. Женетт // Фигуры: Работы по поэтике: в 2 т. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998. Т. 1–2. С. 166–174.
235. Жижек, С. Возвышенный Объект Идеологии / С. Жижек. М.: Художественный журнал, 1999. 234 с.
236. Жижек, С. Матрица, или Две стороны извращения / С. Жижек // «Матрица» как философия: Эссе. Екатеринбург: У-Фактория, 2005. С. 329–371.
237. Жмуров, Д.В. Компьютерные игры и подростковая агрессия [Электронный ресурс] / Д.В. Жмуров. URL: [http://mediaeducation.ucoz.ru/load/stati\\_mediaobrazovanie\\_mediagramotnost\\_mediakompetentnost\\_mediapedagogika/zhmurov\\_d\\_v\\_kompjuternye\\_igry\\_i\\_podrostkovaja\\_agressija\\_2005/4-1-0-573](http://mediaeducation.ucoz.ru/load/stati_mediaobrazovanie_mediagramotnost_mediakompetentnost_mediapedagogika/zhmurov_d_v_kompjuternye_igry_i_podrostkovaja_agressija_2005/4-1-0-573) (дата обращения: 27.10.2018).
238. Замятина, О.М. Игровые технологии в преподавании дисциплины «Математическое моделирование» / О.М. Замятина, П.И. Мозгалева, Ю.О. Гончарук // Концепт. 2015. Т. 15. С. 36–40.
239. Зикерманн, Г. Геймификация в бизнесе. Как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Д. Линдер. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 272 с.
240. Иванова, Н.А. Мотивация онлайн-гейминга в контексте теории самодетерминации (SDT) / Н.А. Иванова, А.В. Артемов, В.Л. Волохонский, С.В. Дубик // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 16. Психология. Педагогика. 2016. № 2. С. 47–58.
241. Ирвин, У. «Матрица» как философия / У. Ирвин; под ред. В. Харитоновна. Екатеринбург: У-Фактория, 2005. 384 с.
242. Кайуа, Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры / Р. Кайуа. М.: Объединенное гуманитарное издательство, 2007. 304 с.
243. Как используют разницу между поколениями в IT-компаниях [Электронный ресурс]. URL: <http://habrahabr.net/geek/291863/> (дата обращения: 17.04.2018).
244. Калинаускас, И.Н. Путь в себя. Игры обыденной жизни: Возвращение силы / И.Н. Калинаускас. СПб.: Афина, 2012. 352 с.

245. Кампанелла, Т. Город солнца / Т. Кампанелла. М.: Изд-во Академии Наук СССР, 1954. 226 с.
246. Кант, И. Тартуская рукопись / И. Кант // Эстетика Иммануила Канта и современность / под ред. А.С.Батюшкова. М.: Знание, 1991. С. 53–62.
247. Кармалова, Е.Ю. Эдьютейнмент: понятие, специфика, исследование потребности в нем целевой аудитории / Е.Ю. Кармалова, А.А. Ханкеева // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 7 (389) С. 64–71.
248. Карпенко, Л.А. Краткий психологический словарь / Л.А. Карпенко. М.: Политиздат, 1985. 431 с.
249. Карпенгер, Х. Джон Р. Р. Толкин. Биография / Х. Карпенгер; под ред. С. Лихачевой. М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. 432 с.
250. Кафаи, Э. Игра и технология. Изменение реалий, новый потенциал / Э. Кафаи // Игра со всех сторон / под ред. Е. Жорняк. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2003. С. 325–338.
251. Кобзева, Н.А. К вопросу о технологии увлекательного обучения иностранному языку / Н.А. Кобзева // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации. 2012. Т. 25 (64), № 1, ч. 2. С. 280–283.
252. Кобзева, Н.А. Edutainment как современная технология обучения / Н.А. Кобзева // Ярославский педагогический вестник. 2012. Т. 2, № 4 С. 192–195.
253. Ковтун, Е. «Истинная реальность» Fantasy / Е. Ковтун // Вестник МГУ. 1998. № 3. С. 106–115.
254. Коджаспирова, Г.М. Словарь по педагогике (междисциплинарный) / Г.М. Коджаспирова, А.Ю. Коджаспиров. М.: МарТ, 2005. 447 с.
255. Комок, А. 7 примеров успешной геймификации для вовлечения и мотивации сотрудников [Электронный ресурс] / А. Комок. URL: <https://rb.ru/opinion/gamification-cases/> (дата обращения: 04.11.2017).
256. Кондрашова, Е.В. Геймификация в образовании: математические дисциплины / Е.В. Кондрашова // Образовательные технологии и общество. 2017. Т. 20, № 1. С. 467–472.
257. Кононенко, Б.И. Большой толковый словарь по культурологии / Б.И. Кононенко. М.: Вече : АСТ, 2003. 511 с.
258. Корнев, В.В. Философия повседневных вещей / В.В. Корнев. М.: Юнайтед Пресс, 2011. 253 с.
259. Корнилов, Ю.В. Геймификация и веб-квесты: разработка и применение в образовательном процессе [Электронный ресурс] / Ю.В. Корнилов,

- И.П. Левин // Современные проблемы науки и образования. 2017. № 5.  
URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26865> (дата обращения: 10.08.2018).
260. Кристева, Ю. Силы ужаса: эссе об отвращении / Ю. Кристева. СПб.: Алетейя, 2003. 256 с.
261. Крутых, Е.В. Дефиниции игры в гуманитарных науках / Е.В. Крутых, А.В. Крутых // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 8 (50), ч. 4. С. 73–76.
262. Кудрявцева, Е.С. Гендерные роли в современных видеоиграх / Е.С. Кудрявцева. М., 2015. 90 с.
263. Кушнер, Д. Властелины Doom. Как двое парней создали игровую индустрию и воспитали целое поколение геймеров / Д. Кушнер; под ред. Н. Шульпина. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 336 с.
264. Лимарев, В.Н. Обучение и воспитание в Древней Греции / В.Н. Лимарев // Эволюция жизни во Вселенной. СПб.: Медиапайпер, 2017. С. 150.
265. Лиотар, Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар; пер. с фр. Н.А. Шматко. М.: Алетейя, 1998. 160 с.
266. Лосев, А.Ф. Очерки античного символизма и мифологии / А.Ф. Лосев. М.: Мысль, 1994. 962 с.
267. МакГонигл, Д. Настоящая маленькая игра: эффект Пиноккио в первазивных играх / Д. МакГонигл // Логос. 2015. Т. 25, № 1. С. 130–156.
268. Маклюэн, М. Понимание медиа / М. Маклюэн. М.: Канон-пресс, 2003. 464 с.
269. Манович, Л. Язык новых медиа / Л. Манович; под ред. Е. Арье, О. Мороз; пер. Д. Кульчицкая. М.: Ад Маргинем, 2018. 400 с.
270. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии. / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 1. С. 723.
271. Медиафилософия X: Компьютерные игры: стратегии исследования. Коллективная монография / под ред. В.В. Савчук. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2014. 328 с.
272. Медиафилософия XII. Игра или реальность? Опыт исследования компьютерных игр / под ред. В.В. Савчук, А. Ленкевич. СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2016. 498 с.
273. Мелетинский, Е.М. Поэтика мифа / Е.М. Мелетинский. М.: Восточная литература, 2000. 407 с.

274. Овдина, И. Геймификация и медицинский бизнес [Электронный ресурс] / И. Овдина. 2017. URL: <https://sibmeda.ru/articles/medbiznes/geymifikatsiya-i-meditsinskiy-biznes/> (дата обращения: 04.11.2017).
275. Онлайн игры для детей. Влияние компьютерных игр на детскую психику. Польза и вред онлайн игр [Электронный ресурс]. URL: <http://ladyvenus.ru/articles/domashnii-ochag-deti/detskii-mir/onlain-igr-dlya-detei-vliyanie-kompyuternykh-igr-na-detsk> (дата обращения: 11.10.2018).
276. Осекин, С.О. Компьютерная игра как способ коммуникации / С.О. Осекин // Культура и цивилизация. 2015. № 6. С. 139–147.
277. Официальный сайт Feminists in Games [Электронный ресурс]. URL: <http://research.ocadu.ca/gameplay/project/feminists-in-games-fig> (дата обращения: 11.10.2018).
278. Патнем, Х. Разум, истина и история / Х. Патнем; пер. Т.А. Дмитриева, М.В. Лебедева. М.: Праксис, 2002. 296 с.
279. Петров, А. Что такое геймификация? [Электронный ресурс] / А. Петров // Зеркало Мира. 2017. URL: <https://mirror-world.ru/uncategorized/poleznoe/chto-takoe-gejmifikatsiya.html> (дата обращения: 11.10.2018).
280. Пиаже, Ж. Речь и мышление ребенка / Ж. Пиаже. М.: Педагогика Пресс, 1994. 528 с.
281. Пинчбек, Д. Я делаю, чтобы научиться: манифест производственно-ориентированного исследования компьютерных игр [Электронный ресурс] / Д. Пинчбек. 2010. URL: <http://gamestudies.ru/translations/i-build-to-study/> (дата обращения: 27.10.2018).
282. Письма. Толкиен Джон Рональд Руэл. Из письма к Рейнеру Анвину 19 июня 1957 [Электронный ресурс]. URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/T/tolkien-dzhon-ronaljd-ruel/pisjma/200> (дата обращения: 01.07.2018).
283. Платон Тимей / Платон // Сочинения: в 4 т. / под ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та; Изд-во Олега Абышко, 2007. Т. 3, Ч. 1. С. 495–588.
284. Поликарпов, В.С. Игра: проблема дефиниции и классификации / В.С. Поликарпов, И.В. Лысак // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2005. Т. 53, № 9. С. 170–175.
285. Полякова, В.А. Воздействие геймификации на информационно-образовательную среду школы [Электронный ресурс] / В.А. Полякова, О.А. Козлов // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 5. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=22236> (дата обращения: 10.08.2018).

286. Помелов, В.Б. Фридрих Фребель и его вклад в педагогику: к 230-летию со дня рождения педагога и к 175-летию открытия им первого в истории детского сада / В.Б. Помелов // Вестник Вятского государственного университета. 2011. № 4–3. С. 114–123.
287. Попов, А.В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй / А.В. Попов. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. 320 с.
288. Прими красную таблетку: наука, философия и религия в «Матрице» / под ред. Г. Йеффета; пер. Т. Давыдовой. Екатеринбург: Ультра. Культура, 2003. 312 с.
289. Пронин, П.О. Аналитический обзор книги «Игры Империи: глобальный капитализм и видеоигры» Ника Дайера-Уитфорда и Грейга де Питера / П.О. Пронин // Новые идеи в философии. 2016. Т. 3, № 24. С. 136–143.
290. Работа, которая невероятно вдохновляет: интервью с А. Бобко [Электронный ресурс]. URL: [wargaming.com/ru/news/special\\_projects](http://wargaming.com/ru/news/special_projects) (дата обращения: 22.04.2018).
291. Разрушение детской психики посредством компьютерных игр [Электронный ресурс]. URL: [http://izhevskmed.ru/?page\\_id=4742](http://izhevskmed.ru/?page_id=4742) (дата обращения: 11.10.2018).
292. Рикер, П. Время и рассказ. Книга и исторический рассказ / П. Рикер. М.; СПб.: Университетская книга, 1998. 313 с.
293. Родионова, Т.Е. Развитие познавательной активности в процессе обучения в педагогическом наследии Джона Локка / Т.Е. Родионова // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. 2010. № 3–2. С. 169–172.
294. Самойлова, Е.О. Онтологические компоненты феномена косплея / Е.О. Самойлова // Фундаментальные исследования. 2014. № 9–3. С. 678–681.
295. Самойлова, Е.О. «Околоигровые феномены» и императивы современного общества потребления / Е.О. Самойлова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2016. № 12. С. 142–145.
296. Сапук, Т.В. Применение технологии «эдьютейнмент» в образовательной среде университета / Т.В. Сапук // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2016. № 8 (173). С. 30–34.
297. Селевко, Г.К. Энциклопедия образовательных технологий / Г.К. Селевко. М.: Народное образование, 2005. Т. 1. 556 с.

298. Сервис *LinguaLeo*: изучение языка онлайн [Электронный ресурс] // Блог *GamificationNow*. 2015. URL: <http://gamification-now.ru/cases/lingualeo> (дата обращения: 29.05.2018).
299. Серьезные игры [Электронный ресурс] // *Geektimes*: ресурс о науке, технологии и технике. 2014. URL: <https://geektimes.ru/company/asus/blog/261836/> (дата обращения: 29.06.2018).
300. Скоромох, М.М. Компьютерные игры и утопия интерактивности: на что способны геймеры? / М.М. Скоромох // *Международный журнал исследований культуры*. 2014. № 2(15). С. 53–60.
301. *Словарь философских терминов* / под ред. В.Г. Кузнецова. М.: ИНФРА-М, 2007. 731 с.
302. Соболева, Е.В. Совершенствование содержания подготовки учителей к разработке и применению компьютерных игр в обучении / Е.В. Соболева, Н.Л. Караваев, П.М. С., М.С. Перевозчикова // *Вестник Новосибирского государственного педагогического университета*. 2017. Т. 7, № 6. С. 54–70.
303. Соколов, Е. Счастье предателя: как говорят о компьютерных играх / Е. Соколов // *Логос*. 2015. Т. 25, № 1 (103).
304. Соколова, Н.Л. Цифровая культура или культура в цифровую эпоху? / Н.Л. Соколова // *Международный журнал исследований культуры*. 2012. № 3(8). С. 6–10.
305. Солдатова, Г. Видеоигры в фокусе науки / Г. Солдатова, О. Теславская // *Дети в информационном обществе*. 2017. № 2(27) С. 22–35.
306. Тернер, В. *Символ и Ритуал* / В. Тернер. М.: Наука, 1983. 277 с.
307. Толкиен, Д.Р.Р. *Властелин Колец: трилогия* / Д.Р.Р. Толкиен. М. [и др.]: ЭКСМО, 2002. 992 с.
308. Толкиен, Д.Р.Р. *Избранные письма* / Д.Р.Р. Толкиен // *Сильмариллион*. СПб.: Terra Fantastica, 2003. С. 527–542.
309. Толкиен, Д.Р.Р. *Письма* / Д.Р.Р. Толкиен. М.: Эксмо, 2004. 576 с.
310. Тоффлер, Э. *Третья волна* / Э. Тоффлер; под ред. А. Николюкина. М.: АСТ, 2004. 781 с.
311. Трушина, Л.Е. Генетический код рекламы / Л.Е. Трушина // *Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана. Материалы международной научной конференции*. 18 мая 2001 г. Санкт-Петербург. Серия «Symposium». Выпуск №12. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. С. 319–322.

312. Умберто, Э. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / Э. Умберто. СПб.: Симпозиум, 2007. 502 с.
313. Усманова, А. Насилие как культурная метафора / А. Усманова // Топос. 2001. № 5 С. 122–140.
314. Феминизм против видеоигр [Электронный ресурс]. 2015. URL: [https://vk.com/egalitarian\\_masculism?w=wall-24644614\\_13393%2Fall](https://vk.com/egalitarian_masculism?w=wall-24644614_13393%2Fall) (дата обращения: 11.10.2018).
315. Феномен современного потребления: опыт критического анализа / А.Г. Авшаров, В.С. Еремян, О.Г. Дзугкоева, Ю. Головина, В.И. Шульженко, О.Ю. Косенко; под ред. А.Г. Авшарова. Пятигорск: ПГУ, 2016. 158 с.
316. Фуко, М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / М. Фуко; пер. В.П. Визгина, Н.С. Автономовой. СПб.: А-сad, 1994. 407 с.
317. Ханова, П. Фланер, кочевник, партизан: политика надежды в игровом мире / П. Ханова // ЛОМОНОСОВ-2013: сб. тр. межд. молодежн. науч. форума. М.: МАКС Пресс, 2013. С. 1–3.
318. Харман, Г. Четвероякий объект. Метафизика вещей после Хайдеггера / Г. Харман; пер. А. Морозова, О. Мышкина. Пермь: Гиле Пресс, 2015. 152 с.
319. Харрис, Б.Д. Консольные войны. Sega, Nintendo и битва определившая целое поколение / Б.Д. Харрис; пер. И. Воронина. М.: Белое яблоко, 2015. 592 с.
320. Хейзинга, Й. Номо Ludens; Статьи по истории культуры / Й. Хейзинга // Прогресс-традиция / под ред. А.И. Иоффе. М.: Прогресс-традиция, 1997. 416 с.
321. Хейзинга, Й. Номо ludens (Человек играющий): Опыт определения игрового элемента культуры / Й. Хейзинга. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. 416 с.
322. Холкина, А.С. Ян Амос Коменский: традиции и инновации / А.С. Холкина // Отечественная и зарубежная педагогика. 2014. № 1 (16). С. 138–146.
323. Храмова, М.Н. Метаморфозы зооморфных образов в массовой культуре: образ животного и проблема идентификации в возрастных субкультурах / М.Н. Храмова // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2015. Т. 210. С. 177–190.
324. Чиксентмихайи, М. Поток. Психология оптимального переживания. / М. Чиксентмихайи. М.: Альпина нон-фикшн, 2018. 464 с.

325. Шаталова, О. Просто добавь игру / О. Шаталова // Бизнес-журнал. 2015. № 3 (228). С. 24–29.
326. Шевцов, К.П. Компьютерные игры как предмет философского анализа / К.П. Шевцов // Вестник СПбГУ. 2016. № 1 С. 98–103.
327. Шефф, Д. Game Over. Как Nintendo завоевала мир / Д. Шефф; под ред. В. Новикова, С. Самсонова, С. Липовицкой; пер. И. Воронина. М.: Белое Яблоко, 2014. 384 с.
328. Шуртаков, К.П. Мировоззрение и методы его формирования: Концептуально-философский анализ / К.П. Шуртаков. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1989. 212 с.
329. Щютц, А. Возвращающийся домой / А. Щютц // Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. С. 207–221.
330. Элиаде, М. Аспекты мифа / М. Элиаде. М.: Академпроект, 2001. 240 с.
331. Элкинс, Д. Исследуя визуальный мир / Д. Элкинс; пер. А. Денищика, С. Любимова, О. Пироженко, С. Полещука, И. Хатковской. Вильнюс: Европейский гуманитарный университет, 2010. 534 с.
332. Эпштейн, М. Игра в жизни и искусстве / М. Эпштейн // Парадоксы новизны: о литературном развитии XIX–XX веков. М.: Советский писатель, 1988. Р. 276–303.
333. Юл, Й. Рассказывают ли игры истории? Краткая заметка об играх и нарративах / Й. Юл // Логос / пер. П. Хановой. 2015. Т. 25, № 1(103) С. 61–78.
334. Юнг, К.Г. Проблемы души нашего времени / К.Г. Юнг. М.: Прогресс, 1993. 336 с.
335. Юнг, К.Г. Структура и динамика психического / К.Г. Юнг. М.: Когито Центр, 2008. 480 с.
336. Яковлева, Е.Л. Игровая природа мифа / Е.Л. Яковлева // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. Философия и социология; культурология. 2010. № 2 (4). С. 106–109.
337. Яковлева, Е.Л. Проявление мифологичности мышления в повседневности / Е.Л. Яковлева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 6 (20): в 2 ч. Ч. I. С. 216–221.

## ЛЮДОГРАФИЯ



- 007 Legends* (2012). Eurocom / Activision.
- 1976 Revolution: Black Friday* (2016). iNK Stories / iNK Stories.
- 7th Guest* (1993). Trilobyte / Virgin Interactive Entertainment.
- Actua Soccer* (1995). Gremlin Interactive / Gremlin Interactive.
- Adventure* (1979). Atari / Atari.
- Alien: Isolation* (2014). Creative Assembly / Sega.
- Ambient Quest: Pedometer* (2007) Eyles M., Pinchbeck I. / No publisher.
- Angry Birds* (2009). Rovio Entertainment / Chillingo, Rovio Entertainment.
- Arcanum: Steamwork and Magic Obscura* (2001). Troika Games. Sierra On-Line.
- Assassin's Creed* (2007). Ubisoft Montreal / Ubisoft.
- Assassin's Creed II* (2009). Ubisoft Montreal / Ubisoft.
- Assassin's Creed Origins* (2017). Ubisoft Montreal / Ubisoft.
- Assassin's Creed Unity* (2014). Ubisoft Montreal / Ubisoft.
- Baldur's Gate II: Shadows of Amn* (2000). BioWare / Black Isle Studios, Interplay Entertainment.
- Baldur's Gate II: Throne of Bhaal* (2001). BioWare / Black Isle Studios, Interplay Entertainment.
- Batman: Arkham Asylum* (2009). Rocksteady Studio / Eidos Interactive, Warner Bros. Interactive Entertainment.
- Batman: Arkham Knight* (2015). Rocksteady Studios / Warner Bros. Interactive Entertainment.
- Ben's Game* (2014). Ben Duskin, LucasArts / Make-A-Wish Foundation.
- Beyond Two Souls* (2015). Quantic Dream / Sony Computer Entertainment.
- Bientôt l'été* (2013). Tale of Tales / Tale of Tales.
- Bioshock: Infinite* (2013). Irrational Games / 2K Games.
- Black and White* (2001). Lionhead Studios / Electronic Arts.

- Blades of Steel* (1987). Konami, Novotrade / Konami.
- Blue Cat* (2016). Simone Castagna / No publisher.
- Borderlands* (2009). Gearbox Software / 2K Games.
- Breakout!* (1976). Atari / Atari.
- Championship Hockey* (1992). Electronic Arts / U.S. Gold.
- Chore Wars* (2007). Davis K / No publisher.
- Civilization (Sid Meier's)* (1991). MPS Labs / MicroProse.
- Computer Space* (1971). Syzygy Engineering / Nutting Associates.
- Counter-Strike* (2000). Valve Corporation / Sierra Studios, Valve Corporation.
- Crusader Kings 2* (2010). Paradox Development Studio / Paradox Interactive.
- Custer's Revenge* (1982). Mystique / Mystique.
- Czechoslovakia 38–89: The Assassination* (2016). Will Chamberlain / No publisher.
- Dante's Inferno* (2010). Visceral Games / Electronic Arts.
- Dear Esther* (2012). The Chinese Room, Robert Briscoe / The Chinese Room.
- Deus ex* (2000). Ion Storm / Eidos Interactive.
- Devil May Cry 4* (2008). Capcom / Capcom.
- Diablo III* (2012). Blizzard Entertainment / Blizzard Entertainment.
- Divinity 2: Ego Draconis* (2009). Larian Studios / cdv Software Entertainment.
- Divinity: Original Sin* (2014). Larian Studios / Larian Studios.
- Donkey Kong* (1981). Nintendo / Nintendo.
- Doom* (1993). Id Software / Id Software.
- Duke Nukem 3D* (1996). 3D Realms / FormGen.
- Dune II* (1992). Westwood Studios / Virgin Games.
- Dungeon and Dragons Online* (2006). Standing Stone Games / Daybreak Games.
- E.T. the Extra-Terrestrial* (1982). Atari / Atari.
- Elder Scrolls III: Tribunal, The* (2002). Bethesda Game Studios / Bethesda Softworks.
- Elder Scrolls IV: Oblivion, The* (2006). Bethesda Game Studios / Bethesda Softworks, 2K Games.

- Elder Scrolls V: Skyrim, The* (2011). Bethesda Game Studios / Bethesda Softworks.
- Enter the Matrix* (2003). Shiny Entertainment / Infogrames.
- Entropia Universe* (2003). MindArk / MindArk.
- EteRNA* (2010). Stanford University, Carnegie Mellon University / No publisher.
- Europa Universalis IV* (2013). Paradox Development Studio / Paradox Interactive.
- EverQuest* (1999). Verant Interactive / Sony Online Entertainment.
- Extraordinaries, The* (2009). The Extraordinaries Design Studio / No publisher.
- Façade* (2005). Procedural Arts / No publisher.
- Fall: Mutant City, The* (2011). Silver Style Entertainment / F+F Publishing.
- Fallout* (1997). Interplay Productions / Interplay Productions.
- Fallout 3* (2008). Bethesda Game Studios / Bethesda Softworks.
- Fallout: New Vegas* (2010). Obsidian Entertainment / Bethesda Softworks.
- Far Cry 3* (2012). Ubisoft Montreal / Ubisoft.
- Far Cry 5* (2018). Ubisoft Montreal, Ubisoft Toronto / Ubisoft.
- Final Fantasy VII* (1997). Square / Sony Computer Entertainment.
- Foldit* (2008). University of Washington / No publisher.
- Football Manager* (1982). Addictive Games / Addictive Games.
- Foursquare* (2009). Foursquare Labs / Foursquare Labs.
- Full Spectrum Warrior* (2004). Pandemic Studios / THQ.
- Go Game, The* (2009). The Go Game / The Go Game.
- God of War* (2005). SIE Santa Monica Studio / Sony Interactive Entertainment.
- Gotcha* (1973). Atari / Atari.
- Gothic* (2001). Piranha Bytes / Xicat Interactive.
- Gran Trak 10* (1974). Atari, Cyan Engineering / Atari.
- Grand Theft Auto* (1997). DMA Design / ASC Games.
- Grand Theft Auto: San Andreas* (2004). Rockstar North / Rockstar Games.
- Guardians of Middle-earth* (2012). Zombie Studios / Warner Bros. Interactive Entertainment.

- Gun Fight* (1975). Taito / Midway.
- Halo II* (2004). Bungie / Microsoft Game Studios.
- Haunted House* (1981). Atari / Atari.
- Hellblade: Senua's Sacrifice* (2014). Ninja Theory / Ninja Theory.
- Hellgate: London* (2007). Flagship Studios / Namco Bandai Games.
- Heroes of Might and Magic: A Strategic Quest* (1995). New World Computing / New World Computing.
- Hit the Ice* (1990). Taito / Williams.
- Hobbit, The* (1982). Beam Software / Melbourne House.
- Hobbit, The* (2003). Inevitable Entertainment / Sierra Entertainment.
- Ingress* (2012). Niantic / Niantic.
- International Soccer* (1982). Mattel Electronics / Atari.
- Jade Empire* (2005). BioWare / Microsoft Game Studios.
- King's Bounty* (1990). New World Computing / New World Computing.
- Kingdom Come: Deliverance* (2018). Warhorse Studios / Warhorse Studios (MS Windows digital release), Deep Silver (PS4, Xbox One, MS Windows physical release).
- KumaWar* (2004). Kuma Reality Games / Kuma Reality Games.
- Last of Us, The* (2013). Naughty Dog / Sony Interactive Entertainment.
- Legend of Zelda, The* (1986). Nintendo / Nintendo.
- Lego Star Wars III: The Clone Wars* (2011). Traveller's Tales / LucasArts Entertainment.
- Lego The Hobbit* (2013). Traveller's Tales / Warner Bros. Interactive Entertainment.
- Lego The Lord of the Rings* (2012). Traveller's Tales / Warner Bros Interactive Entertainment.
- Loki: Heroes of Mythology* (2007). Cyanide Studio / CDV Software Entertainment.
- Lord of the Rings Online, The* (2007). Standing Stone Games / Daybreak Game Company.
- Lord of the Rings Vol 1-2, The* (1990, 1992). Interplay Productions / Interplay Productions.
- Lord of the Rings: Aragorn's Quest, The* (2010). Headstrong Games / Warner Bros. Interactive Entertainment.

- Lord of the Rings: Conquest, The* (2009). Pandemic Studios / Electronic Arts.
- Lord of the Rings: The Battle for Middle-Earth II, The* (2006). EA Los Angeles / Electronic Arts.
- Lord of the Rings: The Battle for Middle-Earth, The* (2004). EA Los Angeles / Electronic Arts.
- Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring, The* (2002). WXP Games / Black Label Games.
- Lord of the Rings: The Return of the King, The* (2003). EA Redwood Shores / Electronic Arts.
- Lord of the Rings: The Third Age, The* (2004). EA Redwood Shores / Electronic Arts.
- Lord of the Rings: The Two Towers, The* (2002). Stormfront Studios / Electronic Arts.
- Lord of the Rings: The White Council, The* (Cancelled). EA Redwood Shores / Electronic Arts.
- Lord of the Rings: War in the North, The* (2011). Snowblind Studios / Warner Bros. Interactive Entertainment.
- Lost Vikings, The* (1993). Silicon & Synapse / Interplay Productions.
- Mafia: The City of Lost Heaven* (2002). Illusion Softworks / Gathering of Developers.
- Mars Generation One: Argubot Academy* (2014). GlassLab / GlassLab.
- Master of Orion* (1993). Simtex / MicroProse.
- Matrix: Path of Neo, The* (2005). Shiny Entertainment / Atari.
- Max Payne 2: The Fall of Max Payne* (2003). Remedy Entertainment / Rockstar Games.
- Medal of Honor* (1999). DreamWorks Interactive / Electronic Arts.
- Medal of Honor: Warfighter* (2012). Danger Close Games / Electronic Arts.
- Medieval II: Total War* (2006). Creative Assembly / Sega.
- Metal Gear* (1987). Konami / Ultra Games.
- Metal Gear Solid* (1998). Konami / Konami.
- Metroid* (1986). Nintendo R&D1, Intelligent Systems / Nintendo.
- Middle-earth: Shadow of Mordor* (2013). Monolith Productions / Warner Bros. Interactive Entertainment.
- Middle-earth: Shadow of War* (2017). Monolith Productions / Warner Bros. Interactive Entertainment.

- Minecraft* (2011). Mojang / Mojang, Microsoft Studios, Microsoft Studios.
- Mirror's Edge* (2009). EA DICE / Electronic Arts.
- Missile Command* (1980). Atari / Atari.
- Missile Radar* (1973). Nutting Associates / Nutting Associates.
- Mortal Kombat* (1992). Midway Games / Midway Games.
- Mortal Kombat II* (1993). Midway / Midway.
- Myst* (1993). Cyan / Brøderbund.
- NASL Soccer* (1979). Aph Technological Consulting / Mattel.
- Neverwinter Nights 2* (2006). Obsidian Entertainment / Atari.
- Neverwinter Nights: Shadows of Undrentide* (2003). BioWare, Floodgate Entertainment / Atari.
- NHL Hockey* (1991). Park Place Productions / EA Sports.
- NHL '94* (1993). EA Canada / EA Sports.
- NHLPA Hockey '93* (1992). Park Place Productions / Electronic Arts Sports Network.
- Night Trap* (1992). Digital Pictures / Sega.
- Nike+* (2006) Nike, Inc. / Nike, Inc.
- Outlast* (2013). Red Barrels / Red Barrels.
- Overwatch* (2016). Blizzard Entertainment / Blizzard Entertainment.
- Pac-Man* (1980). Namco / Midway.
- Pele's Soccer* (1980). Atari / Atari.
- Phylo* (2010). McGill University / No publisher.
- Pitfall!* (1982). Activision / Activision.
- Pokemon GO* (2016). Niantic / Niantic.
- Pong* (1972). Atari / Atari.
- Populous* (1989). Bullfrog Productions / Electronic Arts.
- Portal 2* (2011). Valve Corporation / Valve Corporation.
- Prince of Persia: Warrior Within* (2004). Ubisoft Montreal / Ubisoft.
- Proteus* (2013). Ed Key and David Kanaga / No publisher.
- Q\*bert* (1982). Gottlieb / Gottlieb.
- Quake* (1996). Id Software / GT Interactive.
- Quest to Learn* (2009). Institute of Play, New York City Department of Education / No publisher.
- Qwak!* (1974). Atari / Atari.
- Ragnarok Online* (2002). Gravity / Gravity.
- Re-Mission* (2006). Realtime Associates / HopeLab.

- Resident Evil* (1996). Capcom / Capcom.
- Resident Evil VII* (2017). Capcom / Capcom.
- REXplorer* (2007). ETH Zurich, Aachen University / No publisher.
- Rise of the Tomb Raider* (2015). Crystal Dynamics / Microsoft Studios.
- S.T.A.L.K.E.R.: Тень Чернобыля (2007). GSC Game World / THQ.
- Sacred* (2004). Ascaron / Encore, Koch Media, Red Ant Enterprises.
- Second Life* (2003). Linden Research / Linden Lab.
- Sensible Soccer* (2006). Sensible Software / Codemasters.
- Sensible Soccer: European Champions* (1992). Sensible Software / Renegade Software.
- Silent Hill* (1999). Konami / Konami.
- SimCity* (1989). Maxis / Maxis.
- Sims, The* (2000). Maxis / Electronic Arts.
- Slender: The Eight Pages* (2012). Parsec Productions / Parsec Productions.
- SMITE* (2014). Titan Forge Games / Hi-Rez Studios.
- Soldiers of anarchy* (2002). Silver Style Entertainment / Simon & Schuster Interactive.
- Sonic the Hedgehog* (1991). Sonic Team / Sega.
- Space Invaders* (1978). Taito / Midway.
- Space Race* (1973). Atari / Atari.
- Spacewar!* (1962). Steve Russell / No publisher.
- Spec Ops: The Line* (2012). Yager Development / 2K Games.
- Spider-Man: Friend of Foe* (2007). Next Level Games / Activision.
- Spider-Man: Shattered Dimensions* (2010). Beenox / Activision.
- Stellaris* (2016). Paradox Development Studio / Paradox Interactive.
- Stone Simulator* (2014). ChaosMD / No publisher.
- Street Fighter II: The World Warrior* (1991). Capcom / Capcom.
- Suffering, The* (2004). Surreal Software / Midway Games.
- Sunless sea* (2015). Failbetter Games / Failbetter Games.
- Super Mario 64* (1996). Nintendo / Nintendo.
- Super Mario Bros.* (1985). Nintendo / Nintendo.
- Super Mario RPG: Legend of the Seven Stars* (1996). Square / Nintendo.
- SuperBetter* (2012). SuperBetter Labs / SuperBetter Labs.
- Superman* (1979). Atari / Atari.
- Superstruct* (2008). Jane McGonigal / Institute for the Future.

- Swarm* (2014). Foursquare Labs / Foursquare Labs.
- Tank* (1974). Kee Games / Kee Games.
- Tekken* (1994). Namco / Namco.
- Tennis for Two* (1958). William Higinbotham / No publisher.
- Tetris* (1989). Bullet-Proof Software / Nintendo.
- The Beast* (2001). Microsoft / Microsoft.
- The Elder Scrolls III: Morrowind* (2002). Bethesda Game Studios / Bethesda Softworks.
- Tomb Raider* (1996). Core Design / Eidos Interactive.
- Tomb Raider* (2013). Crystal Dynamics / Square Enix.
- TV Sports Hockey* (1991). Cinemaware Corporation / NEC Technologies.
- Ultima I: The First Age of Darkness* (1981). Richard Garriot, Origin Systems / California Pacific Computer Co., Origin Systems.
- Ultima Online* (1997). Origin Systems, Electronic Arts, Mythic Entertainment, Broadsword / Electronic Arts.
- Velvet Assassin* (2009). Replay Studios / SouthPeak Games.
- Virtua Fighter* (1993). Sega AM-2 / Sega.
- Warhammer40,000: Dawn of War* (2004). Relic Entertainment / THQ.
- Wayne Gretzky Hockey* (1988). Bethesda Softworks / Bethesda Softworks.
- We Are Chicago* (2016). Culture Shock Games LLC / Culture Shock Games LLC.
- Will Rock* (2003). Saber Interactive / Ubisoft.
- Witcher, The* (2007). CD Project Red / Atari.
- World of Tanks* (2010). Wargaming Minsk / Wargaming.
- World of Warcraft* (2004). Blizzard Entertainment / Blizzard Entertainment.
- World of Warplanes* (2013). Persha Studia / Wargaming.
- World of Warships* (2015). Lesta Studio / Wargaming.
- X-Men: Legends II – Rise of Apocalypse* (2005). Raven Software (Xbox, PS 2), Beenox (PC), Vicarious Visions (PSP), Barking Lizards (N-Gage) / Activision.
- X-Men: The Official Game* (2006). Z-Axis / Activision.
- Магия крови* (2005). Skyfallen Entertainment / Deep Silver.
- Мор. Утопия* (2005). Ice-Pick Lodge / Бука.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ



**АКЧЕЛОВ Евгений Олегович**, ассистент, Школа инженерного предпринимательства, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (г. Томск).

Научные интересы: человеческий капитал, геймификация.

E-mail: [dwrkin@gmail.com](mailto:dwrkin@gmail.com)

**БАТУРИН Даниил Антонович**, кандидат философских наук, доцент, кафедра гуманитарных наук и технологий, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тюменский индустриальный университет» (г. Тюмень).

Научные интересы: философия религии, феноменология религии, религиоведение, неомиф, богословие, востоковедение, фантастиковедение.

E-mail: [kvark@nextmail.ru](mailto:kvark@nextmail.ru)

**ВЕТУШИНСКИЙ Александр Сергеевич**, младший научный сотрудник, философский факультет, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» (г. Москва).

Научные интересы: история и теория материализма, современная онтология, *game studies*, теория цифровой культуры.

E-mail: [a.vetushinskiy@gmail.com](mailto:a.vetushinskiy@gmail.com)

**ГАЛАНИНА Екатерина Владимировна**, кандидат философских наук, доцент, Школа инженерного предпринимательства, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (г. Томск).

ное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет»; кафедра культурологии, теории и истории культуры, Институт искусств и культуры, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» (г. Томск).

Научные интересы: философия мифа, цифровая культура, *game studies*, серьезные игры.

E-mail: galanina@tpu.ru

**ГАЛКИН Дмитрий Владимирович**, доктор философских наук, профессор, кафедра культурологии, теории и истории культуры, Институт искусств и культуры, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» (г. Томск).

Научные интересы: культура и технологии, современное технологическое искусство, цифровая культура, новые медиа и культурное производство, *art&science*.

E-mail: galkindv@icloud.com

**МОЙЖЕС Леонид Владимирович**, аспирант, Центр изучения религий, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (г. Москва).

Научные интересы: религиозные мотивы в массовой культуре, религия в видеоиграх, репрезентация романтических отношений в видеоиграх, игры и кинематограф.

E-mail: moyzhesl@gmail.com

**НИКИТИНА Ксения Сергеевна**, магистр, Школа инженерного предпринимательства, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (г. Томск).

Научные интересы: геймификация, серьезные игры, игровые технологии в образовании.

E-mail: kseniya.niky@gmail.com

**ПОДВАЛЬНЫЙ Максим Александрович**, ассистент, кафедра истории и теории культуры, факультет социокультурных исследований, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (г. Москва).

Научные интересы: *game studies, gender studies*.

E-mail: dramaticallyabsurd@gmail.com

**САЛИН Алексей Сергеевич**, кандидат философских наук, тьютор, философский факультет, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» (г. Москва).

Научные интересы: философия, *game studies, science&technology studies*.

**САМОЙЛОВА Елена Олеговна**, аспирант, старший преподаватель кафедры инноватики, маркетинга и рекламы, Инновационная научно-исследовательская лаборатория виртуалистики и онтологии виртуального пространства, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет» (г. Пятигорск)

Научные интересы: философия видеоигр, общество потребления, косплей, аниме.

E-mail: blu\_sky\_angel@mail.ru

**ШАЕВ Юрий Михайлович**, кандидат философских наук, доцент, кафедра исторических и социально-философских дисциплин, востоковедения и теологии, Инновационная научно-исследовательская лаборатория виртуалистики и онтологии виртуального пространства, Федеральное государственное

## **Видеоигры: введение в исследования**

бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет» (г. Пятигорск).

Научные интересы: философия видеоигр, виртуальный нарратив, интернет вещей.

E-mail: [existentia20065@yandex.ru](mailto:existentia20065@yandex.ru)

*Научное издание*

Александр Сергеевич ВЕТУШИНСКИЙ, Алексей Сергеевич САЛИН,  
Екатерина Владимировна ГАЛАНИНА, Елена Олеговна САМОЙЛОВА,  
Юрий Михайлович ШАЕВ, Евгений Олегович АКЧЕЛОВ,  
Дмитрий Владимирович ГАЛКИН, Леонид Владимирович МОЙЖЕС,  
Максим Александрович ПОДВАЛЬНЫЙ,  
Даниил Антонович БАТУРИН, Ксения Сергеевна НИКИТИНА

## **ВИДЕОИГРЫ: ВВЕДЕНИЕ В ИССЛЕДОВАНИЯ**

Редактор Е.Г. Шумская  
Оригинал-макет А.И. Лелююр  
Дизайн обложки Л.Д. Кривцовой

Подписано к печати 30.11.2018 г. Формат 70×108<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.

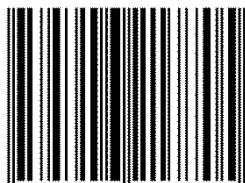
Бумага для офисной техники. Гарнитура Times.

Печ. л. 24,7. Усл. печ. л. 34,6.

Тираж 100 экз. Заказ № 3494.

Отпечатано на оборудовании  
Издательского Дома  
Томского государственного университета  
634050, г. Томск, пр. Ленина, 36  
Тел. 8+(382-2)–52-98-49  
Сайт: <http://publish.tsu.ru>  
E-mail: [rio.tsu@mail.ru](mailto:rio.tsu@mail.ru)

ISBN 978-5-94621-770-5



9 785946 217705