Ирина Александровна Байкова

Санкт-Петербургский государственный университет

irenez@yandex.ru

Дмитрий Петрович Гавра

Санкт-Петербургский государственный университет

d.gavra@mail.ru

**Коммуникативное пространство видеоигр: к разработке программы исследования**

Рассматривается манипулятивный потенциал видеоигр через заложенные в них разработчиками ценности. Приводится методология исследования по выявлению определённых показателей, оказывающих воздействие на пользователей видеоигр в отношении их социальной реализации.

Ключевые слова: видеоигры, ценности, коммуникативное пространство, манипуляция.

Игровая индустрия из года в год развивается ускоренными темпами. Согласно данным отчёта аналитического агентства Newzoo, выручка мировой игровой экономики за 2023 г. составила 184 млрд долларов [1].

Российский сегмент потребления видеоигр не отстает от глобальных тенденций. По данным ЮKassa финтех-компании ЮMoney, обороты игровых площадок выросли на 68% по сравнению с 2022 г. [2].

Пространство онлайн-игр является важным компонентом национального коммуникационного пространства. Там реализуются коммуникативные стратегии разработчиков, происходит специфическая социализация игроков, в том числе и политическая, формируются ценности. Одновременно решаются маркетинговые задачи.

Архитектура игры всегда замкнута на некоторую философию, определяющую стратегии и тактики игроков. В видеоигры инкорпорируются волне определенные ценности, нормы поведения, схемы восприятия конкретных ситуаций, событий и героев. В их сюжет можно включить как относительно безобидные стереотипы, так и прямое искажение исторических событий. В условиях цивилизационных противостояний данный аспект приобретает особую актуальность и значимость.

Разработчики создают игровой мир, в который имплицитно зашиты ценности и этические императивы: индивидуализм – коллективизм, сотрудничество – соперничество, великодушие – нетерпимость и т.п. Через эти инструменты разработчики (или их заказчики) могут воздействовать на решения геймеров, программировать возможные результаты их действий, манипулируя ими [4].

Ряд работ отечественных и зарубежных исследователей подтверждает влияние онлайн-игр на внутренний мир человека, на поведение, мировоззрение и мировосприятие аудитории, особенно у самой молодой её части [3; 5]. В то же время приходится признать, что в отечественном научном дискурсе явно не хватает полноценных исследований характеристик, функционала и механик гейм-сегмента российского коммуникативного пространства. На заполнение этих пробелов и нацелено наше исследование.

Цель исследования – составить ценностный и социально-технологический атлас видеоигр, наиболее популярных у российских детей подростков и молодежи в период 2022–2024 гг. Эмпирическим массивом стали по 10 наиболее популярных игр в возрастных группах 6–11 лет, 12–16 лет, 17–22 года. Для каждой игры составляется паспорт, в котором фиксируются 11 групп параметров. Помимо формальных параметров – размера аудитории, страны-разработчика, типа игры, географии распространения – фиксируются игровые механики, ролевые модели, деревья траекторий, имплицитное ценностное содержание, критерии шкал прогресса, внутриигровые ресурсы и способы их привлечения, внутриигровые валюты и др. Отдельное измерение анализа – способы монетизации и инструменты маркетингового продвижения игр, коммуникационной и PR-поддержки.

Исследование только началось. Собранный материал поможет понять, каким образом гейм-измерение национального коммуникационного пространства участвует в процессах социализации детей, подростков и молодежи, даст возможность увидеть, какие риски и угрозы здесь присутствуют. Это позволит зафиксировать те поля государственного контроля и регулирования этой сферы, которые необходимы для обеспечения национальной безопасности на перспективу.

Литература

1. Игровая индустрия 2023 в цифрах – инфографика от GamesIndustry // App2Top URL: <https://app2top.ru/industry/igrovaya-industriya-2023-v-tsifrah-infografika-ot-gamesindustry-213589.html?ysclid=lt8exw6ap9747198995>. (дата обращения: 28.02.2024).

2. Итоги 2023 года в российской игровой индустрии // COSSA URL: <https://www.cossa.ru/news/328516/?ysclid=lt8fons3ra316080820>. (дата обращения: 28.02.2024).

3. Котлярова В. В., Шубина М. М., Сысоева О. Н. Молодежный экстремизм в социальных сетях: специфика и теоретическое осмысление // Alma mater (Вестник высшей школы). 2016. № 5. С. 95–99.

4. Сундикова М. В., Фофанова К. В. Структурирование и реализация ценностей в видеоиграх // Огарёв-Online. 2020. № 9(146). С. 1–7.

5. Glas R. Of heroes and henchmen: The conventions of killing generic expendables in digital games. P. 33–49.