

УДК 070; 79; 81'22
DOI: 10.17223/26188422/4/2

И.М. Дзялошинский

ИГРОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ МЕДИАКОНТЕНТА: ФУНКЦИОНАЛ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ¹

Статья посвящена анализу одной из самых очевидных особенностей современных глобальных медиа – увеличению доли медиаконтента, посвященного описанию и демонстрации разнообразных зрелищных мероприятий: спортивных соревнований, королевских свадеб, спасательных акций, конкурсов красоты и т.д. Еще одной особенностью эпохи называется то, что всевозможные игры заполнили социальное и медийное пространства. Масштаб этих процессов заставляет задуматься о причинах происходящего, возможных сценариях развития, моделях отношения к ним.

Ключевые слова: *игровой медиаконтент, функционал игрового медиаконтента, типологические модели медиаигр.*

Игра как форма человеческой активности исследовалась в работах таких ученых, как Й. Хейзинга, Г.-Г. Гадамер, Р. Кайуа, М. Маклюэн, Э. Финк, М.М. Бахтин, Г.П. Щедровицкий, С.А. Смирнов, Ю.М. Лотман, М.Н. Эпштейн, Ф. Юнгер и др. Значительный вклад в осмысление проблем игр взрослых и детей внесли работы Э. Берна, Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, А.Р. Лурия, К. Штайнера, Д.Б. Эльконина. Ставили эти вопросы в своих трудах Х. Ортега-и-Гассет, Ж. Бодрийяр, К. Ясперс, Ф. Ницше, Г. Лебон, Г. Тард, М. Шелер, О. Шпенглер, К. Мангейм, М. Вебер, Э. Фромм, Х. Арендт.

Российские ученые много внимания уделяют особенностям игровых коммуникаций в сфере масс-медиа. Одной из первых обратилась к этой теме С.А. Шомова, книга которой «Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы» вышла в 2004 г. Стоит выделить монографию Н.А. Барабаша «Телевидение и театр: Игры постмодернизма» (первое издание вышло в 2010 г., третье – в 2015).

¹ Публикация подготовлена при поддержке РФФИ, проект № 17–26–01007 «Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты».

Этой проблематике посвящены докторские диссертации А.А. Новиковой «Экранная интерпретация реальности средствами телевидения» (2011); С.Н. Ильченко «Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения» (2012); С.Л. Уразовой «Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей» (2012); И.И. Волковой «Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций» (2015). В Санкт-Петербургском университете при философском факультете работает лаборатория компьютерных игр. На философском факультете МГУ разработан факультативный курс «Современная медиатеория и метафизика видеоигр».

Таким образом, к настоящему моменту накоплен обширный эмпирический и теоретический материал по проблемам использования игр, в том числе карнавалов, в современном обществе. Однако убедительных исследований, раскрывающих причины и следствия нарастания масштабов применения игр в различных областях жизнедеятельности общества, пока нет. Исследование, выполненное в рамках проекта «Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты», позволило изучить функциональные особенности различных медиаигр и разработать типологию игрового медиаконтента.

Функции интернальные и экстернальные

Анализ функций позволил разделить их на интернальные (внутренние, интересующие самого игрока) и экстернальные (внешние, обеспечивающие решение задач, интересующих разработчиков и организаторов игры).

Что касается **интернальных функций**, то прежде всего речь идет о функции, которую стоит назвать наркотизирующей, т.е. позволяющей добиться резкого обострения эмоциональности, ощутить тот экстаз, который очень трудно получить в ходе обыденной жизни. О том, что игра представляет собой специфический наркотик, известно давно. Вот лишь одно характерное высказывание: «Игромания или Инферно как я это называю. На эту тему написано не мало и я не скажу не чего нового, если только опишу какие демоны водятся внутри. Я уже не ребенок и есть семья, дети, знакомые, о которых ты забываешь и создаешь себе ту виртуальность, в которой тебе хорошо. Там

ты маг или воин это как будет угодно ты сильный и с каждым днем становишься сильнее. Не важно, что для этого приходится тратить деньги и время, это продолжается некоторое время и тут ты начинаешь путать обычный мир и игровой. Тебе уже не интересно в обычном мире ты забываешь об окружающих, единственное желание войти в игру. Ты даже во сне играешь. И как у любого наркомана иногда в тебе просыпаются остатки человека и ты пытаешься вернуться, но это уже не твой мир тут все не так. Это Демоны которых ты породил, не дают возможности оставить их без пищи. Они уговаривают тебя вернуться, ну хоть иногда на часок. Тут и начинается настоящая битва и это уже реальность ты испытываешь их уже на физическом уровне, и это уже не игра. Остановится и вспомнить что у тебя есть Воля, главное оружие против этих Демонов. Собери Волю в кулак и докажи что ты маг и воин в одном лице» *(сохранены орфография и пунктуация автора)* [1].

Этот наркотизирующий эффект игры ощущали многие великие и не очень великие люди искусства. Известно, что А.С. Пушкин был заядлым картежником. Великий русский поэт любил играть по крупному и рисковать. Возможно, не имей он такого страстного увлечения, не появилась бы на свет «Пиковая дама». Вот несколько любопытных моментов, свидетельствующих о Пушкине как о «заядлом игромане». Сохранился московский список картежников 1829 г., где полицейские под номером тридцать шесть указали «известного на всю Москву банкомета», которым и был Александр Сергеевич. Многие герои Пушкина были равнодушны к карточным играм, в числе прочих – Евгений Онегин. Часть романа о нем, кстати, однажды выступила в роли ставки. К счастью, поэт смог ее отыграть. Именно Пушкину принадлежали слова, которые за ним повторяют уже и наши современники применительно к новым формам азартных увлечений: «Я бы предпочел умереть, чем не играть!».

Карты также были любимым хобби И.А. Крылова. Баснописец получил от Екатерины II жалованье на пять лет обучения за границей, но никуда не поехал. Вместо этого он решил стать профессиональным карточным игроком, математические способности должны были помочь Крылову разработать беспроигрышную формулу игры. Однако со временем Иван Андреевич от карт полностью отрекся, заменив их другой страстью – едой. Известен увлечением картами и Г.Р. Державин. Он, как утверждают, в игре был крайне удачлив, и еще в юные

годы, завладев однажды кругленькой суммой, не растратил ее попусту, а мудро вложил в недвижимость (крайне актуальное применение выигрыша и в наши дни). Профессиональным игроком слыл Н.А. Некрасов. А вот Ф.М. Достоевский – автор еще одного великого литературного произведения об азартных увлечениях «Игрок» – предпочитал картам рулетку. В казино Баден-Бадена, куда и сейчас стремятся люди, увлеченные покером, игровыми автоматами и рулеткой, писатель умудрился проиграть огромную сумму. В результате, чтобы погасить долги, Достоевский срочно заключил контракт с издательством – так и был написан «Игрок». Азартными людьми видели современники С.А. Есенина и Н.С. Гумилева, в произведениях которых также отмечена тема риска, игры и родственного с ними вдохновенного безрассудства. В.В. Маяковский симпатизировал азартным играм как способу прочувствовать непостоянство жизни, ее остроту и переменчивый успех. Из Парижа поэт привез миниатюрную рулетку. Говорили, что порою он крутил ее просто так, чтобы вернуть вкус острых ощущений [2].

С целью подтверждения гипотезы о существовании наркотизирующей функции был проведен опрос группы футбольных фанатов. Им было предложено составить список спортивных соревнований (матчей) международного и / или национального уровней, зрителями которых они были, а затем обозначить комплекс эмоций, которые они испытывали, наблюдая за ходом матчей. Весь спектр эмоций, испытываемых человеком, был разделен на три базовые группы: «Радость», «Гнев» и «Страх», внутри которых были выделены более конкретные эмоциональные реакции. Участниками опроса было оценено 41 спортивное мероприятие, в том числе: матчи Чемпионата мира по футболу 2018 года; матчи чемпионатов России по футболу разных лет. Исследование показало, что наибольшее количество эмоций, пережитых респондентами, входит в группу «Радость»; на втором месте – группа «Гнев» и на третьем – «Страх» (рис. 1).

В группе «Радость» доминирующей эмоцией оказалось удовольствие, второе и третье места поделили собственно радость и веселье (рис. 2).

Что касается «гневных эмоций», то чаще всего участники опроса испытывали (по мере убывания) раздражение, досаду и негодование (рис. 3).

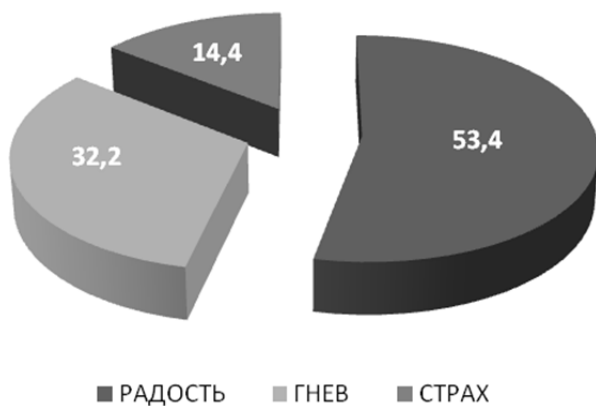


Рис. 1. Распределение эмоций по группам

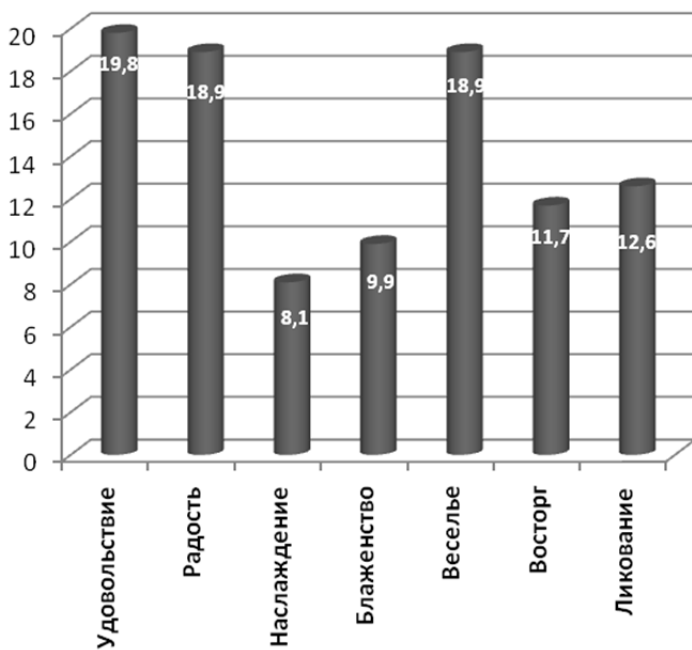


Рис. 2. Распределение эмоций в группе «Радость», %

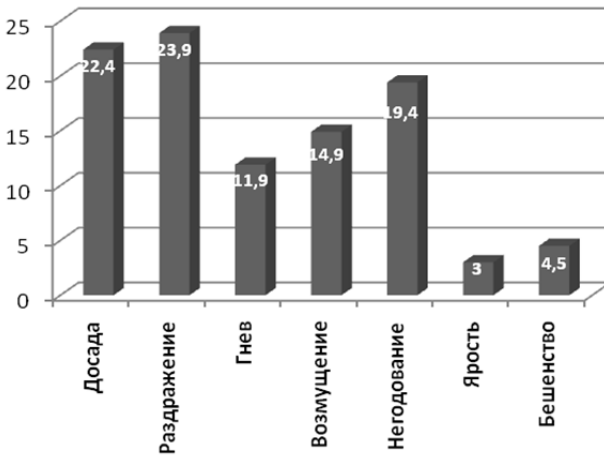


Рис. 3. Распределение эмоций в группе «Гнев», %

В группе «Страх» футбольным фанатам, принявшим участие в опросе, чаще всего приходится испытывать беспокойство и тревогу (рис. 4). Можно предположить, что эти эмоции связаны не только (и не столько) с самими матчами, сколько с возможными конфликтными ситуациями после матчей, спровоцированными «выяснением отношений» с болельщиками другой команды.

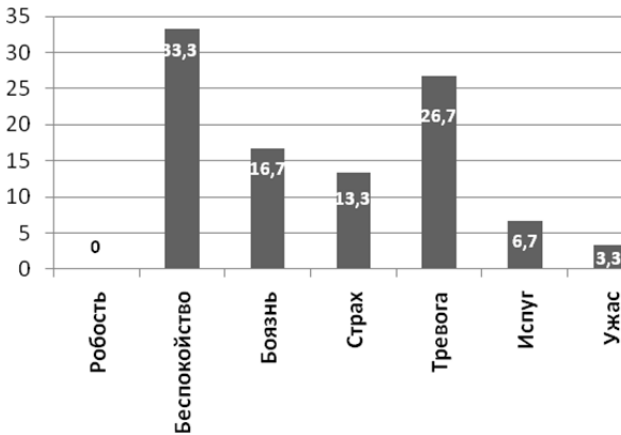


Рис. 4. Распределение эмоций в группе «Страх», %

В устных комментариях участники опроса говорили о высокой степени эмоциональных переживаний, испытываемых во время просмотра спортивных мероприятий.

Таким образом, можно сделать предварительный вывод, что присутствие на спортивных соревнованиях или их просмотр на телеэкране дает людям, вовлеченным в этот процесс, тот эмоциональный заряд, который компенсирует малоэмоциональную реальную жизнь. Более того, можно утверждать, что люди, прибегающие к игровым формам проведения досуга для «эмоциональной подпитки», уже не могут обходиться без этого примерно так же, как наркоманы без очередной дозы. То есть необходимость получать определенный эмоциональный заряд и возможность получать его хорошо проверенным и дающим нужный эффект способом превращает людей в зависимых от просмотра спортивных соревнований (в скобках дополним: от походов в труднодоступные пещеры, восхождения на вершины, занятия рыбалкой и пр.). Кроме того, такого рода проведение досуга сопровождается общением с друзьями, которые тоже прибегают к этому способу «эмоциональной подпитки» и которым не надо доказывать, что «лучше гор могут быть только горы, на которых еще не бывал...».

В системе **экстернальных функций** главной является функция управления созданием и поведением участников игры. Хорошо известно, что игра во взрослой жизни может использоваться для решения множества других задач, связанных – в той или иной степени – с воздействием на сознание и поведение как участников игры, так и зрителей. Это маркетинговые, политические, медийные игры, в ходе которых игра используется в качестве средства оптимизации общения (коммуникации) как вида деятельности, цель – обмен идеями и эмоциями; в качестве средства манипулирования, применяемого субъектом по отношению к объекту в процессе осуществления неигровой целеполагающей деятельности, и т.д.

Для описания этой функции организаторы игр и теоретики придумали новое слово «геймификация». В настоящее время отчетливо зафиксирован рост академического интереса к теме геймификации: в 2010 г. система «Google Scholar» насчитывала всего 129 работ, в которых упомянут этот термин, а в 2016 – уже 8 490. В конце прошлого века в Европе возникла академическая дисциплина «Game studies», изучающая в междисциплинарном ключе компьютерные игры.

Суть геймификации «заключается в том, что вовлечение людей в решение различных задач происходит в игровой форме: постановка задач, поощрение за достижения, визуализация процессов» [3]. К. Вербах, профессор университета Пенсильвании, предлагает следующее определение этого понятия: «Геймификация есть использование игровых элементов и техник игрового дизайна в неигровых контекстах. В нем выделяют три ключевых функциональных аспекта: игровые элементы, техники игрового дизайна и неигровой контекст» [4]. Перефразируя выдвигаемое определение, К. Вербах называет геймификацией «ситуацию, когда нечто использует комбинацию игровых элементов и игрового дизайна для достижения целей, отличных от игры ради игры» [Ibid.].

Манипулятивный характер геймификации отмечает исследователь и гейм-дизайнер И. Богост, который указывает на то, что интенсивный рост популярности этого явления происходит благодаря различным бизнес-консультантам, которые насаждают игроподобные формы общения с аудиторией. И. Богост обвиняет сторонников геймификации в увлечении трендом и считает, что ее популярность обусловлена только тем, что на данном этапе она хорошо продается как бренд легкого решения различных проблем [5].

Функция управления созданием и поведением участников игры может видоизменяться в зависимости от интересов организаторов игры. Например, целью организатора игры может быть повышение компетентности своих сотрудников; или мотивирование покупателей на приобретение неких товаров; или предоставление игроку возможности проверить свои способности (или везение) и т.п.

Типологические модели медиаигр

На сегодняшний день не существует общепризнанной классификации игр. Ниже приведены некоторые из представленных в литературе моделей.

1. Довольно часто для классификации используется такой критерий, как сфера деятельности, в рамках которой происходит игра. С этой точки зрения выделяются детская, актерская, спортивная, азартная и музыкальная игры [6. С. 8]. К этому списку можно добавить ролевые игры, деловые игры, домашние игры, политические игры, любовные игры, сексуальные игры и др.

2. М. Эпштейн и ряд других исследователей выделяют игры типа «game» и типа «play». В играх типа «game» сценарий представляет собой систему заранее установленных правил. В таких играх создается условный игровой мир, который отличается от реального четкой и понятной структурой, наличием строгих правил. «Game» – специфический способ преодоления противоречий и несуразностей окружающего мира, который, с позиций человека играющего, воспринимается как хаос. Задача игрока в «game» – в ходе соревнования доказать свое превосходство (интеллектуальное или физическое) над соперником, испытать себя, проверить собственные силы в особых условиях игровых запретов, ограничений через конкретные правила. В «game» игрок преодолевает природную стихийность и непредсказуемость неигровой деятельности, создавая оптимальные условия для противоборства. К играм типа «game» относятся и так называемые «азартные игры». В лотерее, карточных играх, рулетке игроки уповают на чудо, счастливый случай, который не предугадаешь. Подобные игры основаны на взаимодействии личности со сверхличным, которое проявляется, по Эпштейну, или экстатически (переполняющая изнутри стихия), или фаталистически (внешний непостижимый рок).

3. Р. Кайуа в монографии «Игры и люди» предложил классификацию игр, основанную на различных состояниях (настроениях) игроков. В психологии под состоянием понимается общий функциональный уровень, на фоне которого развивается некий процесс, в данном случае – игровой. Таким образом, в базовых состояниях *homo ludens* можно обнаружить разные варианты особого отношения к миру.

Р. Кайуа предлагает следующую классификацию игр:

– «agon» (борьба) – игры, основанные на соревновании (бокс, футбол, шахматы, викторины, коммерческая конкуренция и др.);

– «alea» (жребий) – игры, построенные на удаче и случайности (карты, кости, лотерейные билеты, «орел-решка» и др.);

– «mimicry» (подражание) – игры подражания (театр, маскарад, игра в куклы и др.);

– «ilinx» (головокружение) – игры, связанные с изменением состояния сознания (качели, карусели, алкоголизм, наркотики и др.).

«Agon» и «alea» образуют «ludus» (игры, формализованные системой правил), «mimicry» и «ilinx» образуют «paidia» (игры, не формализованные системой правил). При этом «ludus» равнозначен английскому слову «play», а «paidia» – понятию «game» [7].

4. С. Смирнов предложил свой вариант не только типологии, но и игросферы – пространства, в которое могут быть включены и увязаны друг с другом все типы игр. Все игры, по Смирнову, представляют собой три варианта трансформации детской игры (сердцевина игрового универсума): сначала мимесис (подражание), затем агон (соревнование) и самый удаленный от центра экстасис (исступление). «Каждый тип – как планета вокруг детской игры. Чем дальше будет отрываться планета от ядра, тем больше будет убывать в нем родовая природа игры» [8. С. 27]. Данная игросфера наглядно представлена в таблице.

Типология игр: от сущности до квазиформ (по С. Смирнову)

Типы игр	Проявления		
	Родовая природа	Соответствующие игры	Квазиформы
Мимесис (mimesis – подражание)	Подражание Удвоение мира Аполлоновское (светлое) начало	Театр Языковые игры Игры с текстом	Салонные забавы Эстетство Богема
Агон (agon – борьба)	Соревнование Поединок Состязание	Диспут Спорт	Война
Экстасис (ekstasis – исступление)	Постижение смысла Построение мифа Дионисийское (темное) начало	Философский образ жизни Сократ Гамлет	Рулетка Кости Карты

5. В работах Э. Берна представлено множество различных классификаций игр. В качестве критериев группировки используются приведенные ниже переменные:

– количество игроков: игры на двоих («Фригидная женщина»), на троих («Ну-ка, подеритесь!»), на пятерых («Алкоголик») и на многих («Почему бы тебе не...» – «Да, но...»);

– используемый материал: слова («Психиатрия»), деньги («Должник»), части тела («Мне нужна операция»);

– клинические типы: истерический («Насилуют!»), с синдромом навязчивости («Растяпа»), параноидальный («Почему со мной всегда так?»), депрессивный («Я опять за старое»);

– по зонам: оральные («Алкоголик»), анальные («Растяпа»), фаллические («Ну-ка подеритесь»);

- психодинамические: контрфобия («Если бы не ты»), проецирующие («Родительский комитет»), интроецирующие («Психиатрия»);
- классификация по инстинктивным влечениям: мазохистские («Если бы не ты»), садистские («Растяпа»), фетишистские («Фригидный мужчина»).

Вдобавок Э. Берн предлагает при классификации использовать такие качества игр, как гибкость, цепкость и интенсивность:

- гибкость. Некоторые игры, такие как «Должник» или «Мне нужна операция», могут играть только на одном материале, в то время как другие, например эксгибиционистские игры, гораздо гибче;
- цепкость. Некоторые легко отказываются от игр, другие гораздо сильнее привязаны к ним;
- интенсивность. Некоторые играют расслабленно, другие более напряжены и агрессивны. Игры соответственно бывают легкие и тяжелые.

Обозначив эти и другие критерии, Э. Берн замечает, что наиболее ценной была бы систематическая научная классификация, основанная на экзистенциальной позиции; но поскольку для этого пока нет достаточных сведений, ее придется отложить.

Не можем отказать себе в удовольствии просто перечислить типы игр, представленных в работах Э. Берна:

- «Игры на всю жизнь»: 1) «Алкоголик», 2) «Должник», 3) «Ударь меня», 4) «Попался, сукин сын!», 5) «Смотри, что я из-за тебя сделал».
- Супружеские игры: 1) «Тупик», 2) «Суд», 3) «Фригидная женщина», 4) «Видишь, как я старался», 5) «Дорогая».
- Игры на вечеринках: 1) «Какой ужас!», 2) «Изьян», 3) «Растяпа», 4) «Почему бы тебе не...» – «Да, но...».
- Сексуальные игры: 1) «Ну-ка, подеритесь!», 2) «Извращение», 3) «Насилуют!», 4) «Чулок», 5) «Скандал».
- Игры преступного мира: 1) «Полицейские и воры», 2) «Как отсюда выбраться», 3) «Надуем Джо».
- Игры в кабинете психотерапевта: 1) «Оранжерея», 2) «Я только пытаюсь вам помочь», 3) «Нуждающийся», 4) «Крестьянка».

В системе игр выделился целый класс, который обозначается понятиями «электронные», «компьютерные» и «видеоигры». Главная особенность этих игр заключается в том, что они вовлекают реципиента во взаимодействие с некоторым интерфейсом, который отображается на дисплее: экране телевизора или портативного гаджета, мо-

ниторе компьютера. Новый словарь методических терминов и понятий определяет компьютерную игру как «разновидность игр, в которых компьютер выполняет роль ведущего или партнера по игре, а возникающие по ходу игры игровые ситуации воспроизводятся на экране дисплея или телевизора». Согласно этому определению, «играющим предоставляется возможность изменять игровую ситуацию, управлять ею с помощью различных команд» [9]. Согласно научно-техническому энциклопедическому словарю, видеоигра есть «игра с использованием изображений, сгенерированных электронной аппаратурой» [10].

Появилось такое понятие, как «процедурная риторика», с помощью которого обозначают правила, определяющие процесс обучения посредством совершения каких-либо действий на той местности, которую предоставляет виртуальное пространство игры [11, 12]. Концепция процедурной риторики утверждает, что компьютерная игра может быть инструментом заявлений «о том, как работает мир», и позволяет делать это не путем слов или образов, а самими процессами и моделями, о которых хочет сообщить рассказчик [13].

В исследовании Т. Кутлалиева выделены следующие категории игр:

- «Действие» (или «Экшн» от англ. “Action”) – игры, испытывающие реакцию, глазомер и точность движений пользователя;
- «Симулятор» – игры, имитирующие некоторую человеческую деятельность, обычно совершаемую в реальности;
- «Стратегия» – основная задача игрока заключается в управлении некими ресурсами;
- «Ролевая игра» – игроку предлагается некий набор характеристик, который развивается во время игры;
- «Приключения» – игрок сталкивается с препятствиями или персонажами-оппонентами, и успешное прохождение связано с поиском решения проблем (например, передвинуть или уничтожить предмет, вступить в контакт с оппонентом или избежать его);
- «Головоломки» – серия логических задач, построенная на общем наборе правил [13].

А. Кирилеев, основатель сайта «Games is Art», разработал систему определения жанровых характеристик компьютерных игр, в основе которой лежат только наиболее часто совершаемые персонажем игровые действия [14]. Он разделяет видеоигры на следующие крупные категории:

– «Игры общения», ключевые действия в которых заключаются в получении информации, общении и изучении виртуального мира.

– «Игры действий», ключевые действия в которых заключаются в перемещении персонажа и предметов в пространстве, использовании инвентаря (например, оружия).

– «Игры контроля», ключевые действия в которых заключаются в командовании и управлении, распределении ресурсов.

На наш взгляд, полноценная типология игр предполагает учет следующих критериев:

- сфера деятельности, в рамках которой разворачивается игра;
- особенности сценария;
- особенности участников;
- функции, для реализации которых организуются игры.

Не имея возможности реализовать столь амбициозную задачу – выстроить классификатор, учитывающий все перечисленные критерии, сконцентрируемся на функциональной типологии. В соответствии с изложенными выше представлениями о функциях игры предлагаем сгруппировать все существующие (и разрабатываемые) игры в три большие группы:

1. Компетентностные игры, целью которых является повышение компетентности участников игры в каких-то сферах человеческой деятельности.

2. Манипулятивные игры, целью которых является мотивирование участников игры на совершение конкретных действий.

3. Развлекательные и азартные игры, целью которых является предоставление игроку возможности проверить свои способности (или везение).

Компетентностные игры

Речь идет об играх и игровых методиках, которые используются для обучения детей, персонала компаний и других категорий работников, а также для повышения квалификации и расширения кругозора. К компетентностным играм мы относим прежде всего разнообразные игровые тесты. Приведем несколько примеров.

На сайте РИА «Новости» есть раздел «Тесты». В период с января 2015 по апрель 2017 г. в нем была опубликована 81 видеоигра, каждая из которых следует единой процедурной риторике: система задает

вопросы и предлагает несколько вариантов ответа, пользователь, выбрав один из них, получает комментарий игры, в котором отмечаются правильный ответ и в некоторых случаях комментарий редакции. Вот некоторые из этих игр-тестов: «По дороге на Кудыкину гору» [15], «Лучшие друзья девушек» [16], «Попались в сеть» [17], «Интернет по-русски» [18], «Любви все возрасты покорны» [19], «Шекспир или не Шекспир» [20]. К этой же группе можно отнести размещенные на сайте РИА «Новости» игры «Готовы ли вы стать защитником Родины» [21] или «Какой из вас студент?» [22].

Любопытная история произошла с тестом под названием «Boeing 777: расследование год спустя», который был опубликован на сайте РИА «Новости» в июле 2015 г. и вызвал критику общественности в СМИ и социальных сетях. Тест проверял знания читателей о деталях катастрофы. Впоследствии он был удален с сайта, редакция принесла извинения читателям и заявила, что «к авторам и редакторам, виновным в появлении этого отвратительного материала на сайте, будут применены дисциплинарные меры вплоть до увольнения» [23].

Интересная компетентностная игра представлена на сайте издания «Медиазона» под названием «Приговори мне еще» [24]. Система предлагает игроку несколько дел, решения по которым уже были приняты российскими судьями. Задача пользователя – ознакомиться с фрагментом начала решения суда и приговорить обвиняемого к сроку, который, на взгляд участника, кажется справедливым. После принятия решения, игра знакомит участника с реальным приговором, вынесенным судьей, и предлагает ознакомиться с ответом на вопрос «Почему так?», нажав на соответствующую кнопку. В основу теста «Медиазона» положена идея игры «Симулятор судьи», разработанной агентством дата-журналистики «MediaGun». Редакция описывает проект следующим образом: «Помните, что это не тест на справедливость или жестокосердие. Мы предлагаем вам поставить себя на место российского судьи, чтобы понять логику и изучить практику, которыми он руководствуется». Процедурная риторика игры не дает пользователю возможности вынести оправдательный приговор, поскольку «в практике среднего российского судьи такое случается лишь один раз в семь лет. По сути, суд сегодня решает вопрос не о виновности подсудимого, а только о том, какое наказание ему назначить. Так же будете поступать и вы».

На сайте издания «Meduza» есть постоянная рубрика «Игры». В основном ее составляют тесты, которые в свою очередь выполнены

в форме типовых видеоигр, однако есть и более сложные материалы, разработанные редакцией с нуля или созданные на базе популярных игр. Онлайн-тест «Гостайна или нет? Какую информацию о России нельзя распространять» [25] еще раз напоминает интернет-пользователям о нашумевшем деле Светланы Давыдовой, которая была обвинена в государственной измене. Перед тестом краткая подводка: «Дело Светланы Давыдовой, обвиненной в госизмене из-за звонка в посольство Украины, помимо прочего, показало: большинство россиян не знает, что такое государственная тайна. Между тем перечень сведений, которые страна считает гостайной, находится в открытом доступе. “Медуза” изучила его и подготовила тест: попробуйте угадать, что является гостайной, а что – нет». Вопросы теста не так просты, как может показаться на первый взгляд, и лишний раз заставляют задуматься о правомерности обвинения Давыдовой, поскольку даже самый грамотный человек может хотя бы один раз ответить неверно (всего вопросов в тесте 10), а значит, и оказаться на месте Давыдовой, по сути, мог бы почти каждый.

Американская игра «What Is Your ‘Game of Thrones’ Management Style?» [26] предлагает участнику пройти тест, в котором 10 героев сериала «Игра престолов» представлены в роли менеджеров. Игрок должен определить, какой стиль менеджмента воплощает каждый герой сериала.

На сайте “The Wall Street Journal” размещена игра “Armchair Olympian” [27], которая предлагает пользователю набор из шести «мини-игр», в ходе которых пользователь имеет возможность проверить свои спортивные навыки. Первая игра посвящена атлетике и фиксирует скорость реакции. Вторая игра посвящена гребле и предлагает пользователю повторить ритм, который задает система. Третья мини-игра рассказывает о прыжках в длину. В ней пользователю необходимо остановить движущийся объект точно на середине игрового поля. Четвертая игра имитирует стрельбу: система моделирует натяжение стрелы и смещает прицел, пользователю необходимо попасть в мишень. Пятая игра объясняет технологию синхронного плавания: система рисует на игровом поле кривую, а участнику предлагается как можно точнее ее повторить.

Видеоигра «Quiz: Do you have the mentality of an Olympian?» [28] размещена на сайте BBC и представляет собой тест, который поможет игроку определить, имеет ли он склад ума олимпийца. На стартовой

странице система предлагает участнику ввести свой возраст, далее ставит перед ним 13 вопросов, на каждый из которых предложены несколько вариантов ответа. После каждого ответа система сообщает игроку комментарий эксперта-психолога, который раскрывает рассматриваемые в вопросе аспекты жизни олимпийского спортсмена. На финальной странице проекта система определяет игроку один из психологических профилей («mindset»): «олимпиец», «атлет», «фанат фитнеса», «тот, кто гуляет только по выходным», «мечтатель». Также игра в диаграмме представляет обзор ответов пользователя на вопросы теста.

В эту же группу компетентностных игр мы включаем образовательные игры, которые открывают для аудитории новый опыт, помогают осмыслить полученную из других источников информацию и применить ее в дальнейшем для принятия решений.

В последнее время активно развивается направление «game based learning» («игры ориентированного обучения»), которое подразумевает обучение с применением видеоигр. При возникновении у детей и подростков проблем с концентрацией на школьном материале используется их готовность тратить большое количество времени на компьютерные игры [29].

В своей статье «Game-Based Learning: What it is, Why it Works, and Where it's Going» Дж. Трибус, известная как специалист в области разработки программного обеспечения для более эффективного обучения, пишет о том, что скучные методики образования не способствуют мотивации ученика. Кроме того, даже при успешном запоминании информации человеком его поведение в реальных жизненных ситуациях остается непроверенным. В отличие от традиционного, пассивного обучения методика с использованием видеоигр-симуляторов позволяет человеку стать более подготовленным к принятию правильных решений в различных неожиданных ситуациях. Ученики совершают ошибки без реального риска, что позволяет им оттачивать мастерство, не нанося какой-либо ущерб. Затем навыки успешно переносятся из моделируемой среды в жизнь. «Исследования подтверждают эффективность обучения на основе игры в виртуальных средах. Например, в соответствии с метаанализом эффективности обучения авиасимуляторов (тренажеров в сочетании с учебно-тренировочными самолетами) доказаны последовательно произведенные улучшения в обучении по сравнению с обучением только на воздушных судах» [30].

Хорошим примером образовательных проектов, которые используют игровые элементы, являются «Codeacademy» и «Code School». Они позволяют всем желающим в игровой форме приобщиться к программированию. Также, например, компания SpongeLab создала ряд интернет-игр, в которых каждый может получить базовые знания по ботанике, генетике, анатомии человека и другим областям биологии. В проекте «Khan Academy» игровой принцип заложен не в процесс обучения, а в систему поощрений и рейтингов. Материал преподносится в легкой и непринужденной форме. На сайте представлены разделы по математике, физике, химии, биологии и другим наукам [31].

Широкую базу образовательных компьютерных игр для детской и взрослой аудитории имеет BBC. Они представлены на сайте компании в разделах: «История» [32], «Образование» (рубрика «Bitesize», в переводе «На один укус», для школьников) [33], «Наука» [34], «Религия и этика» [35], а также в разделе по изучению английского языка [36].

В качестве примера игр не только для школьников, но и для более широких групп пользователей можно привести игру BBC о путях бегства из зоны военных действий в Сирии «Syrian Journey: Choose your own escape route». Игра основана на сведениях о настоящем опыте беженцев из Сирии и напрямую сталкивает аудиторию с решениями, которые принимают тысячи сирийский семей каждый день [37].

Достаточно полезная игра была создана по заказу уругвайской партии «Cambios», она позволила игрокам решать проблемы страны. По словам ее автора, «онлайн-пазл» дает возможность не только детям, но и взрослым посредством игры узнать многое о мире, столкнуться со своими страхами, надеждами и ожиданиями [38].

В игре «World Without Oil» [39] пользователям предлагалось вообразить наступление глобального нефтяного кризиса и вести дневники: текстовые или посредством видеоблогов, с описаниями того, как они меняют свою жизнь в этих условиях. В каких-то случаях участники описывали возможный социальный контекст, например разграбление булочных, и снимали постановочные видео, однако были случаи, в которых игроки действительно разрабатывали решения, которые внедряли в свою жизнь: «от создания огородов» до преодоления пути на работу «пешком или на велосипеде». Согласно отчетам, которые оставляли пользователи, некоторые из них продолжили свои практики даже после того, как игра официально завершилась, и трансформировали нововведения в каждодневную норму.

Еще один пример компетентной игры приведен в статье Ю.О. Шитенко «“Новостные игры” как феномен журналистики» [40]. В исследовании рассматривается проект «FortMcMoney», созданный режиссером Д. Дюфресном совместно с дизайн-студией «ТОХА», «National Film Board of Canada» и телеканалом «Arte». В игре рассказывается о канадском городе Форт Мак-Мюррей, специализирующемся на нефтедобыче. Игра давала возможность пользователям исследовать город: заходить на нефтедобывающие станции, говорить с прохожими (персонажи игры сохраняют имена и облик прообразов жителей Форт Мак-Мюррея) и вступать с ними в некоторые совместные действия с целью раскрытия информации. Кроме того, игра предлагала использовать некую социальную сеть, в которой можно было обмениваться сообщениями с другими игроками.

Как «World Without Oil», так и «FortMcMoney» помогают игрокам осмыслить некоторые принципы, формирующие общество, на глобальном и на местном уровнях.

Федеральное бюро расследований США запустило на сайте «Don't Be A Puppet» игру «Slippery Slope», в которой пользователю предлагается управлять бараном в попытке избежать столкновений с предметами. В конце игры пользователь видит сообщение с призывом не становиться чьей-то марионеткой. Сам сайт, посвященный борьбе с терроризмом, очень интерактивный и интуитивен в использовании, на нем отобразена важная информация. Основная задача проекта – донести до подростков понимание высокой опасности терроризма и агрессивного поведения [41].

Еще один пример – проект «Can You Pick a Winning Stock?» [42], который был разработан «The Wall Street Journal» в партнерстве с «Dow Jones & Company». Пользователю предлагается принять роль игрока на фондовом рынке и создать схему своих вложений на протяжении будущих десяти лет. Предполагается, что система должна обучить игрока тому, как использовать экономические индикаторы для принятия решений о покупке или продаже тех или иных акций. В основе процедурной риторики лежат данные о конкретных компаниях: на каждом уровне четыре различные компании, названия скрыты до принятия решения игроком и обозначены условными аббревиатурами.

Однако есть и другие игры, которые мы тем не менее включаем в эту группу. Например, в Южной Корее военных обучают при помощи

игр категории «RTS» (стратегия в реальном времени) [31]. Известно, что в США также используются симуляторы для подготовки солдат [43]. При этом основной целью является повышение эффективности при снижении материальных и временных затрат [3]. Многие автогонщики используют специальные симуляторы, в которые внедряют компьютеры, экраны. Предполагается, что в скором времени компьютерные технологии позволят пережить вообще все ощущения от реальной езды на «Формуле» [3].

Еще одна подгруппа компетентностных игр – познавательные игры, расширяющие кругозор участников игры. В эту подгруппу мы включили, прежде всего, проект РТ «Хроника Революции» [44], опубликованный в 2017 г. Игровой характер материалу придает то, что каждый месяц в текущем году один из разделов, соответствующий месяцу в 1917 г., становится разблокированным. Аналогичный проект «1917. Свободная история» [45] представила компания «Издательство Яндекса».

На сайте издания «The Wall Street Journal» в рубрике виртуальной реальности – «WSJ Virtual Reality» [46] размещен проект виртуальной реальности «Is the Nasdaq in Another Bubble?», который помогает участникам понять, что такое американская биржа «Nasdaq» [47], которая специализируется на акциях высокотехнологичных компаний.

В качестве удачного примера познавательной игры можно привести игру, созданную «American Public Media» и вышедшую под названием «Budget Hero» (в переводе – «Герой бюджета»). В ее основе – столбцы, которые определяют категории государственных расходов, и линия времени. В игре пользователю предлагается стать распорядителем государственного бюджета США. «Если вы когда-либо хотели контролировать, куда уходят ваши налоги, то это ваш шанс решить» – обозначено в слогане [48]. Участнику необходимо выбирать, какие расходы он будет сокращать, какие увеличивать и на какие долгосрочные цели ориентироваться. Выбрать приоритетные направления работы можно с помощью значков («Badges»), например: «здравоохранение и социальные выплаты», «национальная безопасность» или «эффективная работа госаппарата». Игра же дает оценку тому, в какой степени участнику удалось достигнуть поставленных целей.

Любопытный проект, который мы также отнесли к этой группе, представлен на сайте «Al Jazeera». Он называется «Mothers & Children First» и рассказывает о высокой смертности рожениц в Боливии. Цен-

тральный персонаж игры – 62-летняя повитуха Леонарда, которая за время работы помогла родиться 10 000 детей. Она рассказывает о том, что многие женщины в ее родном городе Патакама (население 20 000 человек) боятся докторов и не рожают под медицинским контролем, доверяя свою судьбу и судьбу ребенка народной медицине и лекарям. Игра предлагает участнику самостоятельно рассмотреть комнаты виртуального городского госпиталя или пройти по нему с Леонардой, которая расскажет о своем рабочем дне. Пространство игры представлено в виде графической иллюстрации, однако при нажатии соответствующих кнопок появляются графики, видео-интервью и фотографии, которые отображают жизнь больницы в реальности. В игру также включены другие герои, одна из которых, Моника, после первых родов стала активисткой и пропагандирует развенчивание местных стереотипов о вреде квалифицированной медицинской помощи. Свое детство она провела в деревне, в которой не было чистой воды и электричества, а дорога до ближайшего госпиталя занимала два часа пешей ходьбы. Многие беременные женщины из тех мест умирали прежде, чем успевали добраться до больницы, боялись кесарева сечения и докторов в целом.

Игра BBC «Will a robot take your job?» была опубликована 11 сентября 2015 г. и рассказывает о том, какие профессии наиболее подвержены внедрению автоматизации производства. Игра включает в себя два этапа. На стартовой странице система предлагает пользователю указать свою профессию – выбрать из обширного списка, который предлагает игра. На финальной определяет вероятность того, что занятие будет автоматизировано в скором будущем. Система также прилагает текстовую сводку статистики и график, на котором обозначено, насколько введенная профессия подвержена процессу автоматизации по отношению к другим работам. Ниже на странице игры указываются данные статистики трудоустройства относительно указанной профессии и приводится полный перечень профессий, которые наиболее вероятно исчезнут в будущем [49].

В эту же группу компетентностных игр имеет смысл включить так называемые бизнес-игры.

В докладе «New Vision for Education», подготовленном в рамках Всемирного экономического форума, говорится о том, что для преуспевания в сегодняшней инновационной экономике работники должны в дополнение к фундаментальным навыкам обладать такими

компетенциями, как сотрудничество, креативность и решение проблем, а также такими характеристиками, как настойчивость, любознательность и инициативность. Компьютерные игры и симуляции позволяют одновременно усваивать основной материал и развивать перечисленные качества. Специалисты исследовали более 100 стран (развитых и развивающихся) и пришли к выводу, что для достижения наивысшего потенциала возможностей людей и устранения пробелов в их навыках игровые технологии должны быть интегрированы в систему обучения [50].

Что касается игр-симуляторов, это огромный и в то же время динамично развивающийся рынок. Множество интересных примеров использования игровых компьютерных программ приводится в статье «В компьютерные игры полезно играть людям любого возраста», размещенной на сайте «Ведомости» [31]. Кратко опишем некоторые из них.

В Центре образовательных разработок бизнес-школы «Сколково» создаются игры для абсолютно различных сфер, начиная от освоения нефтяного месторождения и заканчивая управлением университетом. Используя симулятор от «Сколково», Томский политехнический университет проигрывал сценарии попадания в первую сотню международного рейтинга университетов. Перед игроками стояли разные задачи: перестроить устаревший кампус, повысить цитируемость работ преподавателей и студентов и пр. Другая игра-симулятор по управлению учебными заведениями была разработана «Сколково» совместно с Международной организацией труда. Она дает возможность попробовать создать новый колледж, а также проверить эффективность разных моделей его развития. А при помощи виртуальной модели атомной отрасли, разработанной опять же в «Сколково», работники «Росатома» могут улучшать свои навыки в реализации инновационной программы компании.

В 2012 г. фармакологическая компания Boehringer Ingelheim запустила для европейских стран первую социальную игру под названием «Syrum» на «Facebook». В игре сотрудники должны были создавать собственные фармацевтические компании и разрабатывать лекарства против различных болезней с последующим выводом их на рынок.

Видеоигры приобретают важное значение не только в образовании и бизнесе, но также и в медицинской отрасли. Воронежский государственный медицинский университет и Воронежский государственный университет совместно разработали устройство «Дыши – играй», ко-

торое позволяет одновременно выполнять дыхательные упражнения и играть. В состав комплекса входит спирограф (медицинский прибор для измерения объема воздуха, поступающего из легких) и компьютерная программа с двумя играми (первая симулирует горелку воздушного шара, а во второй больной стреляет по вражескому кораблю пушечными ядрами). Создатели надеются, что их разработка поможет удерживать внимание молодых пациентов в длительной реабилитации, отвлекая от скучных упражнений. При этом стоимость устройства не очень высокая [51].

Технологию, разработанную для использования в компьютерных играх, применили во Франции в 2014 г. при обучении хирургов. Процесс операции по эндопротезированию тазобедренного сустава был сначала записан в трехмерном режиме, а затем воспроизведен при помощи прибора «Oculus Rift». Это позволило молодым специалистам увидеть операцию с позиции основного хирурга, что очень важно, поскольку зачастую, лишь ассистируя ведущему специалисту, новичок не имеет возможности увидеть ход операции глазами первого хирурга [31].

Пример более глобального характера – игра «Foldit», которая уже стала хрестоматийным примером. Она представляла собой обычную головоломку, разгадав которую, геймерам удалось расшифровать структуру вируса, вызывавшего СПИД у обезьян. То, чего ученые не могли решить в течение 15 лет, игроки смогли разгадать всего за 10 дней [29].

Манипулятивные игры

К манипулятивным играм мы относим прежде всего игры, основной целью которых является продвижение бренда или рекламирование конкретного товара. В видеоигре «Москва Товарная» задача участника – угадать название компании по очертанию логотипа. На первом уровне система предлагает логотипы международных компаний, которые работают в России. На втором – компаний, которые недавно ушли с российского рынка. На третьем, самом сложном уровне, необходимо указать названия брендов, которые так в России и не появились [52].

Затем к этой группе мы относим игры в политике. По мнению О.Ю. Рыбакова, «ни одна сфера политической деятельности не оста-

ется в стороне от игры, кроме, пожалуй, наиболее жестких форм принуждения человека в государстве» [53. С. 44–45]. Интересанты, транслируя имплицитно посредством игровых механизмов определенный посыл, лучше доносят его до своей аудитории, поскольку последняя воспринимает информацию не как нечто навязанное, а зачастую как свое собственное мнение. С этой точки зрения, крайне интересно рассмотреть существующие разновидности игровых механизмов в политико-коммуникативных актах.

Известно, что первая политическая компьютерная игра («Iova Game»), созданная сторонником демократов, появилась в США в 2003 г. Вслед за ней появились «The Political Machine» («Политическая Машина»), «President Forever» («Президент Навсегда»), «Elections» («Выборы») и «Frontrunner» («Бегущий впереди»), предоставившие пользователям возможность виртуально провести собственную предвыборную кампанию [38]. Игрокам предлагалось воспользоваться услугами СМИ, пролоббировать свои интересы в конгрессе и т.д.

В последние годы компьютерные игры стали одним из эффективных инструментов осуществления «электронной политической пропаганды и формирования цифровой идеологии» [38]. В 2011 г. Дж. Рейнор, вице-президент по СМИ и связям с общественностью медиа-агентства «Engage», выступая на конференции, сказал: «67 процентов семей играют в игры. Почему мы не можем превратить политическую пропаганду в удовольствие? Геймификация имеет место для расширения пирога (для развлечения). В политических кампаниях я не думаю, что мы хотели бы расширить пирог, я думаю, мы ищем, как сделать пирог более сладким и предметным» [54].

Рассматривая феномен игры как один из социокультурных механизмов политической коммуникации, С.А. Шомова исходит из того, что игра не только привносит свободу и эмоции в мир серьезного, но также является борьбой за что-то, создает напряжение и неуверенность, дарит надежду на удачу, а также содержит такие элементы состязания, как правовые нормы, наличие противника, стратегия борьбы, победа и поражение, приз. Другими словами, игра носит соревновательный характер, и эта черта объединяет ее с политической коммуникацией. Вместе с тем автор замечает, что игра привносит в политику нечто большее, нежели только набор продуманных (с целью победить) комбинаций. То есть политическая игра – это не просто сумма технологических методов и приемов; в действительности игра в поли-

тической сфере зачастую видоизменяется и используется как эффективная манипулятивная технология [55].

С.А. Шомова выделяет две группы игровых механизмов, используемых в политико-коммуникационных актах. Первая группа – это эрудиционные игры (игры, связанные непосредственно с решением умственных задач), большая часть которых в действительности представляет собой ловко замаскированную игру «в поддавки». Манипулятивная техника в данном случае заключается в том, что человеку имплицитно навязывается определенное отношение к политическому персонажу, о котором идет речь в головоломке. Вторая группа игровых механизмов – поведенческие игры. Влиянию такого рода политических игр в большей степени подвержены дети. Например, игра «Красные и белые», построенная по принципу своих и чужих, позволяла СССР растить сторонников коммунизма. Относя к «красным» игроков, сумевших верно ответить на вопросы, а к «белым» – участников, ответивших неверно, ребятам с детства навязывалась определенная идеология.

Другие авторы выделяют еще и так называемые языковые политические игры. Впервые термин «языковая игра» ввел Л. Витгенштейн, дав ему широкое философское, толкование. Второе существующее значение понятия более узкое, лингвистическое: под языковой игрой понимают «сознательное нарушение языковых норм, правил речевого общения, а также искажение языковых клише с целью придания общению большей экспрессивной силы» [56, 57]. Говоря о языковых играх в политической коммуникации, выделяют особым образом построенные рифмы, лозунги, неологизмы, способы раскрутки, подмены и подавления той или иной темы.

Таким образом, в политических коммуникациях используется множество различных приемов, которые, привнося в реальные события элементы драмы или, напротив, нечто юмористичное и саркастичное, воздействуют на людей, затрагивая их эмоции.

Помимо применения игровых элементов в организации политических процессов, в последнее время наблюдается активное использование компьютерных игр на политические темы с той же целью манипулирования сознанием людей. Как заметил С. Володенков, эксперт Московского городского регионального отделения РОП, развитие информационно-коммуникационных технологий ставит перед политтехнологами и самим обществом новые вызовы: «...в условиях

виртуализации современной публичной политики существенно возрастает потенциал манипуляционных технологий, с помощью которых... выстраивается искаженная псевдореальность, которой и руководствуется общество в своей повседневной жизни» [56].

Наиболее популярным примером геймификации в политике является использование Б. Обамой мобильного приложения «Foursquare» (геолокационная соцсеть для мобильных устройств). Б. Обама зарегистрировал аккаунт незадолго до трехдневной поездки по штатам Миннесота, Айова и Иллинойс в преддверии президентских выборов 2012 г. Создавая чек-ины, в которых другие пользователи также могли отмечаться и получать за это очки либо бейджи, отправляя СМС о своих выступлениях, посвященных вопросам укрепления экономики страны, Б. Обама получил возможность установить информационно-развлекательную интеракцию с достаточно большим количеством людей (уже тогда аудитория сервиса насчитывала более 10 млн пользователей) [58].

Игра «The Voter Suppression Trail» была опубликована 3 ноября 2016 г., за несколько дней до выборов президента США [59]. В ней моделируется ситуация, в которой избиратель направляется на участок голосования. Проект предлагает участнику выбрать одного из трех персонажей: «белого программиста из Калифорнии», «латинскую медсестру из Техаса» и «чернокожего продавца из Висконсина». Сделав выбор, игрок вводит свое имя, и ему предлагается «прогуляться» до избирательного участка.

Годом ранее MTV выпустило игру «Fantasy Election» с целью активизировать молодых избирателей [60].

Онлайн-игры в предвыборной гонке – наиболее активно используемый вид игр политической тематики. Но, помимо них, существуют и более серьезные политико-социальные проекты. Например, в 2017 г. ФБР США выпустило игру «Slippery Slope», в которой пользователь управляет бараном, пытаясь избежать столкновений с объектами. Проект разработан для сайта «Don't be a Puppet» («Не будь марионеткой»), посвященного борьбе с насилием и экстремизмом. При проигрывании на экране отображается сообщение с призывом не становиться чужой марионеткой и проявлять здоровый скептицизм к получаемой информации [61]. Стоит отметить, что сайт очень интерактивный и доступно доносит основные идеи создателей.

Игры на политические темы присутствуют на сайте РИА «Новости». Например, флэш-игра «Помоги президенту и премьеру с переез-

дом» предлагает помочь президенту РФ и премьер-министру РФ собрать свои вещи в чемоданы, чтобы поменяться кабинетами [62]. «Не переизбрали!» – необходимо поставить себя на место депутата и попробовать понять, каких привилегий можно лишиться [63].

В январе 2015 г. ресурс «Лентач.ру» выпустил игру под названием «Многоходовочка», в которой анимированный главный герой, внешне очень напоминающий президента РФ, стреляет в боевиков ИГИЛ. Когда герой попадает под вражескую пулю, на экране появляется надпись: «Вы устали и разбомбите ИГИЛ завтра» [64]. Также в новой онлайн-игре игроку предстоит уничтожить запрещенную в России продукцию, накормить граждан РФ блинами, спасти Хакасию от пожара при помощи креста, удержать рубль от падения, вычислить шпионов, разбудить Д.А. Медведева, чтобы открыть олимпийское кольцо, провести А. Навального на Манежную площадь, освободить девушку Евгению из тюрьмы, найти в Крыму «зеленых человечков» [65], провести Минские переговоры (заставив президентов РФ и Украины поцеловаться) и найти убийцу Б. Немцова. В последней миссии игрок в первую очередь обнаруживает надпись: «Тут был Рамзан», после которого высвечивается комментарий: «Вы нашли надпись: “Тут был Рамзан”. Ох уж эти туристы», затем в качестве улики он находит паспорт на имя того же Р.А. Кадырова. Далее на экране появляются шарф болельщика футбольного клуба «Терек», пароль из Инстаграма «Первый русский в 16 лет», золотой пистолет и рэпер Тимати. На экране надпись: «Вы нашли Рамзана Кадырова. Он просто гулял мимо. А ты докажи, что не гулял!» [64]. Миссия провалена. Стоит отметить, что данная игра была заблокирована по подозрению в экстремизме. По словам представителя «Лентач.ру», регистратор доменов «Reg.ru» лишил их домена игры без решения суда [66].

К политическим играм стоит отнести и такие игры, которые не связаны с конкретными предвыборными баталиями, а вовлекают пользователей в выбор определенной политической позиции.

Например, в декабре 2008 г. компания «Руссобит-М» выпустила компьютерную онлайн-игру-стратегию «Противостояние: принуждение к миру», в сюжете которой согласно официальному релизу Тбилиси, заручившись поддержкой западных стран, принимает решение начать борьбу за Южную Осетию. Польша выступает в качестве представителя блока НАТО, Украина блокирует Черноморский флот

в Севастополе. «Россия не смогла оставаться в стороне и нанесла ответный удар» [67].

Невероятную популярность с первых дней создания имела онлайн-стратегия «Maidan.ru». В игре изображена Украина 2017 г., охваченная гражданской войной. Игроки могут использовать любых политических персонажей (Ю. Тимошенко, В. Кличко, сенатор Маккейн и др.), причем они могут назначать их на любые позиции (от врача до мародера). Игрокам доступны боевые отряды, наемники, смертницы. Они могут создавать политические союзы и стратегические альянсы. Цель игры – создать экономически свободное государство, в котором не будет политических интриг и противостояний [68].

В ответ на российскую онлайн-стратегию «Майдан» украинская веб-студия «Популизма.нет» выпустила бесплатную игру для мобильных устройств «Майдан: Революция». Основная задача игрока – «очистить уровни от садистов в погонах», забросав вражеские силы «коктейлями Молотова». Действия происходят на улицах Киева. На бонусном уровне игрок перемещается на Красную площадь, а вместо бойцов «Беркута» перед ним появляются «иностранные агрессоры» в лице В.В. Путина и Д.А. Медведева. Игра появилась в «Google Play» 14 марта 2014 г. с возможностью доступа исключительно на территории Украины [69].

Новостная игра под названием «Воры и офшоры» появилась на сайте «Лентач.ру» через неделю после публикации «Панамского архива» [70]. На фоне территории РФ перед игроком появляются то виолончелист (друг В.В. Путина), то пресс-секретарь президента Д. Песков с невестой на руках, то другие личности, замешанные в Панамском деле. Перед игроком поставлена следующая задача: «Во время кликайте на них, чтобы отбить желание совершать преступления и не дать окончательно скрыть свои доходы в Панаме» [71].

В январе 2015 г. Российское военно-историческое общество предложило разработать компьютерные игры с патриотической тематикой с целью патриотического воспитания молодежи, поскольку, по их словам, на Россию в последнее время оказывается сильное информационное давление. Под заявлением подписались министр культуры В. Мединский, вице-премьер РФ Д. Rogozin и известные политики, деятели науки и культуры. Помимо компьютерных игр, было также предложено создать патриотический сегмент интернета: «...в условиях XXI столетия новая война – война за умы ведется с... беспощадностью... Нам нельзя “проспать” молодежь. ...Нам необходим патрио-

тический тренд в общественном сознании. Нужны фильмы, книги, выставки, современные видеоигры, нужен патриотический интернет, патриотическое радио и ТВ» [72].

В марте того же года был открыт Чемпионат России по компьютерной игре «World of Tanks» («Мир танков»), приуроченный к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне. Замглавы Минкомсвязи РФ А. Волин отметил, что российско-белорусская игра в нынешней ситуации является серьезным инструментом исторического и политического воспитания граждан, поскольку благодаря ей многие начинают интересоваться историей ВОВ [73]. Количество игроков составило порядка 110 млн человек. Вместе с тем организаторы игр запустили в социальных сетях инициативу по оказанию помощи военно-историческим музеям, а также создали сайт «Помним все», на котором каждый мог ознакомиться с артефактами Второй мировой войны, зайдя в онлайн-галерею, просмотреть серию панорамных видеороликов о легендарных танках, виртуально оказавшись в их кабинках, и многое другое [74].

Аналогичные игры делают и в других странах. Например, в США появились такие игры, как «Special Forces 2: Tale of the Truthful Pledge» («Особые силы 2: история правдивого обещания») о поражении Израиля, выпущенная «Хезболлах»; «Port Rescue: Defense in the Firing Line» («Порт спасения: защита на линии огня»), выпущенная в Иране и настраивающая пользователей против западных захватчиков; «Virtual Jihadi» («Виртуальный джихад») и «Muslim Massacre» («Мусульманский погром») [75].

К манипулятивным играм мы относим и такие игры, которые в принципе имеют вполне положительный социальный заряд, но по игровой технике ориентируются на внедрение в сознание пользователей определенных, на взгляд создателей игры, вполне позитивных идей. Так, например, бельгийская игра «Битва за Донецк» позволяет посмотреть на ситуацию на Донбассе гораздо шире, рассказывая пользователям о всех ужасах войны. Ее отличительной чертой стало то, что, независимо от стороны, за которую играет пользователь, в конечном счете он все равно проигрывает, а на экране отображается число погибших мирных жителей. Авторы отмечают: «В этой игре мы не заставляем принять какую-то политическую позицию и не потакаем насилию и конфликтам. Наоборот, наша цель заключается в повышении осведомленности о конфликте в Украине. Ее отрезвляющий

характер должен обеспечить некоторую пищу для размышлений». Также, по словам создателей, игра «имеет антивоенный посыл, который должен заставить задуматься о судьбе жителей Донбасса» [76].

Игру «This War of Mine» со схожим посылом выпустила в ноябре 2014 г. польская студия «11 studios». Пользователю предлагается по-пробовать себя не в качестве элитного солдата, а в качестве группы гражданских лиц, пытающихся выжить в осажденном городе. Это позволяет посмотреть на войну под новым углом, заставляет лишний раз задуматься о том, что в действительности она собой представляет. При создании игры за основу были взяты события осады Сараева, а также учитывались данные о войнах в Сирии и Ливии [77].

Вторая большая группа манипулятивных игр получила название «newsgames» («новостные игры»). Впервые это понятие ввел итальянский гейм-дизайнер Г. Фраска, который понимал под ними видеоигры, в которых «симуляция соединялась с политической карикатурой» [78. Р. 13]. На данный момент наиболее полным и ценным источником в вопросе геймификации в журналистике является книга «Newsgames. Journalism at Play» [Ibid.]. Ее авторы: И. Богост (сооснователь компании по производству и продвижению прикладных игр «Persuasive Games», профессор курса «Interactive Computing» в Технологическом институте Джорджии), С. Феррари (независимый гейм-продюсер) и Б. Швайцер (доктор наук по направлению цифровых медиа в Массачусетском технологическом институте) – понимают под новостными играми широкий спектр проектов, осуществленных «на пересечении видеоигр и журналистики» [Ibid. Р. 6]. Теоретик игр М. Сикарт характеризует это понятие как «прикладные компьютерные игры (“serious games”), созданные для иллюстрации определенных аспектов новостей посредством их процедурной риторики (“procedural rhetoric”) с целью участия в общественном обсуждении проблем (“public debate”))» [79]. Согласно его нормативной теории новостных игр такие форматы нацелены не столько на освещение повестки, сколько на формирование поля, в котором мог бы осуществляться обмен мнениями и поиск решения общественных проблем.

Новостные игры для журналистики являются принципиально новой категорией коммуникации с представителем аудитории, который в этих условиях уже не является для редакции ни читателем, ни зрителем, ни слушателем, а становится скорее участником виртуальной реальности, погрузиться в которую ему предлагает журналист.

Исследование И. Богоста, С. Феррари и Б. Швайцера дает ключ к пониманию возможностей, которые видеоигра открывает для индустрии журналистики, доказывает, что видеоигра является уникальным инструментом новых медиа, который не основывается на классических средствах выразительности, использовавшихся сообществом на протяжении долгой истории развития СМИ (традиционные инструменты печати, радио и телевидения), но представляет собой нечто, базирующееся исключительно на технологиях постдигитализированной эры.

Авторы выделяют следующие подкатегории новостных игр:

1) «current event games» («игры актуального события»), которые подразделяются на:

- «editorial games» («игры от редакции»);
- «reportage games» («репортажные игры»);
- «tabloid games» («таблоидные игры»);

2) «infographic newsgames» («игра-инфографика»);

3) «puzzle newsgames» («игры-головоломки»);

4) «documentary newsgames» («документальные игры»).

Каждой из подкатегорий соответствуют примеры из практики авторов, комплексный анализ проектов, а также отмечена траектория развития каждого из упомянутых выше видов новостных игр в контексте их прототипов из области старых медиа. Также авторы выдвигают ряд предложений относительно того, как прикладные игры как таковые могут быть применены в журналистской практике в будущем.

Новостные игры позволяют создавать проекты, которые в случае успеха вводят игрока в состояние «потока» [80], тем самым увеличивая время, которое он проводит на сайте издания, повышая его вовлечение в процесс коммуникации с этим и другими материалами издания, формируя некоторое положительное закрепление, которое способствует повышению узнаваемости бренда аудиторией.

Журналисты посредством игры могут прийти к инновационным способам коммуникации с аудиторией: не объяснять, не проводить аналогии, а направлять. На основе собранных прежними методами журналистской работы данных, найденных принципов действия в любой исследуемой теме – от коррупции в здравоохранении до исследования интернет-мемов, автор может сконструировать игровое пространство и пригласить в него представителя аудитории, который сам придет к пониманию темы, которую для него подготовил журналист.

Очевидно, что и прежде качественный репортаж: текстовый, фото- или видео- – также был нацелен на достижение эффекта погружения в тему, в обстоятельства, в систему. Однако сила действия прежних инструментов не сопоставима с той, которую предлагает игра, обладающая уникальной модальностью веселья.

Приведем цитату, которая обозначает принцип раскрытия потенциала видеоигры для цифровых СМИ: «Они (игры) могут принимать различные формы – от привычных до эксцентричных. Что если их средствами новости будут опубликовывать ежегодный отчет о том, что изменилось в местном сообществе? Что, если динозавру Йоши из игры Мир Супермарио понадобится медицинская страховка, и ему будет нужно купить ее по выгодной цене? Что, если динамику рэкетирства в Нью-Йорке рассказать эпизодом из игры ГТА? Эти возможности намечают новую траекторию, согласно которой журналисты могут мыслить в отношении своего дела, вместо той, которая просто переводит старые медиа в плоскость цифровой передачи данных» [78. Р. 169].

Вот несколько примеров новостных игр.

«Cutthroat Capitalism» – мультимедийная статья в цифровом журнале «Wired» о сомалийских пиратах. Исследователи пишут о том, что многое в статье напоминало читателю о видеоиграх: тематические блоки, дизайн. Сам материал статьи также дублировал процедурную риторику игр: «Вместо того, чтобы рассказывать историю о частном случае банды пиратов, захвативших судно, статья характеризовала экономическую систему сомалийского пиратства в целом». Редакция пришла к идее создания пространства, в которое она могла бы вложить те системы, которые были раскрыты журналистами, и разработала в дополнение к статье одноименную видеоигру.

«Вы командир пиратов, который занял 50 000 долларов у местных племенных лидеров и других инвесторов. Ваша задача – направить пиратскую бригаду на рейды в Аденский залив, атаковать и захватить корабль, а также успешно договориться о выкупе» – с этого текста начинается игра [81]. Так журналист и гейм-дизайнер не просто просвещают читателя, исследуют для него тему, а непосредственно помещают его за штурвал пиратского судна. Пользователь может освоить «правила игры» двумя способами: прочитав мультимедийную статью, которая объясняет принцип взаимодействия пиратов и бизнеса судоходства, или понять, как работает система, непосредственно

став ее участником. Таким образом, игра может быть как независимой единицей медиапроизводства, так и вспомогательной.

Игры «September 12th» и «Kabul Kaboom» от Г. Фраска. В «September 12th» Г. Фраска делает участника пилотом бомбардировщика, помещая на полотно игры ландшафт абстрактного ближневосточного города, обозреваемого с верхней точки, и вывода на экран прицел. Атакуя какую-либо часть города, террористов или простых прохожих, игрок обращает к насилию все новых и новых людей. Автор обозначает, что цель этой новостной игры заключалась в том, чтобы языком видеоигр обозначить вневременную максиму: «насилие порождает насилие» [82].

В игре «Kabul Kaboom» Г. Фраска переосмысляет традиционную видеоигру 1982 г. «Kaboom!», в которой участник с помощью ведер с водой должен ловить падающие из рук преступника, находящегося в верхней части экрана, бомбы. В «Kabul Kaboom» Г. Фраска заменяет ведра символическими изображениями женщины с картины Пикассо «Герника». Ей в игре необходимо открытым ртом – так она запечатлена на полотне Пикассо – ловить гамбургеры и избегать бомб.

Активно использует игры «Al Jazeera», которая позиционирует свои интерактивные проекты как те, которые могут помочь пользователю сформировать свою независимую новостную повестку. Для того чтобы раскрыть потенциал таких проектов для аудитории, в 2017 г. «Al Jazeera» создает серию статей «Media Theorised. Reading against the Grain» («Теоретизированные медиа. Чтение против шерсти»): «Сейчас еще больше, чем прежде, мы не можем воспринимать новостные медиа так, как они нам это предлагают. Нам необходимы инструменты, чтобы считывать медиареальность критично, стратегии, которые обнажали бы то, как работает информация», – указано на стартовой странице материала [83]. Редакция знакомит читателя с ключевыми работами Р. Барта, Н. Хомского, С. Холла, М. Маклюэна и Э. Саида, идеи которых вводят читателя в теорию медиа и предлагают ряд инструментов для декодирования информации. Проект состоит из пяти заметок с мультфильмами-эссе, в которых журналисты, политические активисты и художники из Африки, Латинской Америки, Азии, США и Европы кратко излагают идеи ученых.

Один из самых крупных игровых проектов издания «#Hacked – Syria's Electronic Armies» был опубликован в октябре 2016 г. и представляет собой видеоигру, в которой участнику предлагается роль

журналиста-расследователя, которому приходится работать в условиях сирийской кибервойны. Дизайн проекта решен в виде окна диалога, чата, в котором игрок может общаться с сотрудниками виртуальной редакции, персонажами которой выступают действующие сотрудники издания, и героями интервью, персонажами которых являются люди, которых лично интервьюировали журналисты «Al Jazeera». Сами беседы представлены игроку посредством текстовых, голосовых и видеосообщений. Для противостояния взломам в игре используются кодовые фразы. Цель игры – подготовить репортаж об использовании оборудования для слежки в зонах военных действий и представить его на международной конференции, на которой лидеры стран будут принимать решение о запрете экспорта шпионского оборудования в зону военных действий. Для успешного прохождения игроку необходимо в установленный игрой срок (пять виртуальных дней) собрать не менее 60 % информации, которую предлагает система, и не быть подверженным кибератаке. Для этого есть соответствующие панели меню: сканер вирусов, который участнику необходимо регулярно активировать, чтобы проверить, не инфицированы ли его средства коммуникации, и хранилище информации, счетчик собранных данных, счетчик виртуального времени. В меню также есть «записная книжка» и опции, которые позволяют просмотреть собранные интервью, направления расследования, список новостей по теме, которые посредством гиперссылок отправляют игрока на статьи других изданий и страницы в социальных сетях, соответствующие теме. Панель управления предлагает опцию заполнения личного профиля, в которой можно указать свое имя и добавить фото, это позволит регистрироваться в системе и сохранять игровой прогресс, а также опция завершения игры: завершения подготовки репортажа и отправления его на виртуальную конференцию.

В игре использовано большое количество видеороликов, просмотр которых становится для игрока обязательным, так как все разблокированные, но не просмотренные интервью не считаются собранными. Игра требует на прохождение не меньше получаса, позволяет игроку растянуть игровую активность даже на несколько дней, а также предполагает высокую интенсивность вовлечения пользователя.

Развлекательные и азартные игры

Мы объединили развлекательные и азартные игры в одну группу, потому что все они обладают общими признаками: во-первых, они уводят человека из сбалансированного, устойчивого мира в мир непредсказуемых результатов, а значит – в мир риска и азарта. И неважно, идет ли речь о заполнении нового кроссворда или игре в покер или блэкджек. Прообразом трех популярных видеоигр, входящих в данную группу, стала игра в подкидного дурака: «Подкидной футбол» [84], «Подкидной футбол после Евро-2016» [85] и «Сыграй в “Карточный домик” с Фрэнком Андервудом» [86], в которых значение карты определялось рейтингом спортсмена или политика, который на ней изображен.

Видеоигра «Собери чемодан» представляет собой актуальную версию популярной игры «Sokoban». Задача участника – собрать распределенные по игровому полю предметы в одном месте [87].

К развлекательным играм мы относим головоломки и кроссворды, хотя, конечно, при большом желании их тоже можно использовать в манипулятивных целях.

В предлагаемой типологии не нашлось места для игр большого спорта. На наш взгляд, сохраняя внешний образ игры, они давно превратились в инструмент большой политики.

Заключение

Подводя итоги выполненного исследования, сформулируем некоторые выводы. Человечество играет в игры столько, сколько существует. По мере развития социальной действительности игры усложнялись, их стали использовать для решения социальных задач. Например, простейшие игры-благодарности богам за хороший урожай превратились в многодневные карнавалы, позволявшие под вполне благовидным предлогом хотя бы на время избавиться от тяжелого изнурительного труда, чаще всего не имевшего никакого личностного смысла, а заодно высказать свое отношение к земным властителям, поддерживающим с помощью силы и проповеди очевидно несправедливую организацию жизни.

На нынешнем этапе изменились и сами люди, и игры, которые они используют для решения своих задач. Что касается современного че-

ловека, по крайней мере, живущего в так называемом «первом мире», то для него характерны приведенные ниже особенности:

1. Современный мир стимулирует возрастание сложности внутреннего мира человека. Объективными факторами этого процесса являются следующие:

- растет относительная образованность людей;
- развиваются потребности – человеку теперь надо все больше и больше, и он хочет достичь всего быстрее и быстрее;
- человек все более стремится к тому, чтобы иметь возможность принимать решения самостоятельно, без давления со стороны;
- растет чувство собственного достоинства;
- увеличивается тяга к обновлению впечатлений, люди стремятся к поездкам, путешествиям, нуждаются в новой и постоянно обновляющейся информации;
- растет мобильность личности, люди перестают держаться за одну работу, за одно место жительства, легче меняют работу и место проживания, легче совершают переезды;
- увеличивается дистанция между поколениями – между родителями и детьми, между старшими и младшими.

2. Процесс все более ускоряющейся трансформации современного общества формирует в массовом сознании нарастающую экзистенциальную тревогу по поводу своего места в меняющемся мире. На субъективном, личностном уровне обозначенные выше вызовы сопровождаются массовыми переживаниями стресса. Механизмы компенсации этого процесса могут быть самыми различными. К примеру, некоторыми исследователями расцвет массовой культуры в современном обществе связывается именно со слабой насыщенностью эмоциональной жизни, а боевики, фильмы ужасов, эротика и т.п. являются не чем иным, как суррогатной компенсацией, основное назначение которой – повысить уровень адреналина в крови. Наш современник интенсивно ищет способы обогащения своих эмоциональных переживаний. Одним из таких веками используемых способов является игра. С другой стороны, игра, в силу ее высокой эмоциональности и нормативности, стала великолепным инструментом манипуляции человеческим поведением.

Таким образом, перефразируя К. Маркса, можно с полным основанием заявить, что игры стали специфическим опиумом для народа, наркотиком, позволяющим на время выпасть из гнетущей действи-

тельности, получить заряд веселья и бодрости с тем, чтобы с новыми силами вернуться в реальный мир, использующий человека для каких-то непонятных ему целей.

Очевидно, что дальнейшее продвижение человечества по пути информационно-технологического развития будет сопровождаться массовой безработицей и соответственно значительным увеличением свободного времени у граждан, живущих на социальные пособия. Можно с большим основанием предположить, что свободное время будет занято играми. Эти игры будут в той или иной степени моделировать мир яркой жизни, где будет много секса и агрессии, где можно будет уничтожать роботов и монстров, где можно будет принимать любой карнавальный облик и не нести никакой ответственности за свои поступки, тем более совершенные под маскарадной маской.

Разумеется, это лишь предположение. Может быть, все будет совсем не так. Остается только надеяться, что человечество не заиграется до такой степени, что уничтожит само себя и все свои достижения, а сохранит планетарный разум и сможет остановиться перед «точкой невозврата», пока не появилась надпись «Play over!»...

Литература

1. Компьютерные игры как наркотик, или Взгляд изнутри // Правда-TV. 2012. 29 июля. URL: <http://www.pravda-tv.ru/2012/07/29/15769/komp-yuterny-e-igry-kak-narkotik-ili-vz>

2. Кто из великих людей увлекался азартными играми? Самые азартные русские писатели и поэты // Имя Женщина. URL: <http://www.namewoman.ru/chobbi/kto-iz-velikich-liudey-uvlekalsya-azartnimi-igrami-samie-azartnie-russkie-pisateli-i-poeti>

3. Трансформация игровых миров // Geek Times. 2013. 18 сент. URL: <https://geektimes.ru/company/asus/blog/261814/>

4. *Werbach K.* Definition of Gamification. URL: <https://www.coursera.org/learn/gamification>

5. *Bogost I.* Video Games Are Better Without Characters. URL: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2015/03/video-games-are-better-without-characters/387556/>

6. *Вольнов В.* Феномен игры. Открытая лекция. СПб. : Санкт-Петербургская консерватория, 2005.

7. *Кайя П.* Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры. URL: <http://bookfi.net/book/1351600>.

8. *Смирнов С.А.* Философия игры (пролегомены к построению философии игры) // Кентавр. Методологический и игротехнический альманах. 1995. № 2 (14).

9. *Азимов Э.Г., Щукин А.Н.* Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М. : ИКАР, 2009.

10. Научно-технический энциклопедический словарь. URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/ntes/>

11. *Bogost I.* Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames. The MIT Press, 2007.

12. *Bogost I.* The Rhetoric of Video Games. The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning. Edited by Katie Salen. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA : The MIT Press, 2008.

13. *Кутлалиев Т.* Жанровая типология компьютерных игр: проблема систематизации художественных средств. М. : РГГУ, 2014.

14. Классификация жанров (для исследователей) // Gamesisart. Компьютерные игры как искусство. URL: http://gamesisart.ru/janr.html#TableJanr_Create

15. По дороге на Кудыкину гору // РИА «Новости». 2015. 28 окт. URL: <https://ria.ru/victorina/20151028/1243669408.html>

16. Лучшие друзья девушек // РИА «Новости». 2017. 31 янв. URL: <https://ria.ru/victorina/20170131/1486804873.html>

17. Попались в сеть // РИА «Новости». 2016. 6 авг. URL: <https://ria.ru/victorina/20160806/1473181015.html>

18. Интернет по-русски // РИА «Новости». 2016. 7 апр. URL: <https://ria.ru/victorina/20160407/1403554081.html>

19. Любви все возрасты покорны // РИА «Новости». 2016. 14 февр. URL: <https://ria.ru/victorina/20160214/1369182578.html>

20. Шекспир или не Шекспир // РИА «Новости». 2016. 23 апр. URL: <https://ria.ru/victorina/20160423/1417435319.html>

21. Готовы ли вы стать защитником Родины // РИА «Новости». 2016. 1 окт. URL: <https://ria.ru/victorina/20161001/1478179971.html>

22. Какой из вас студент? // РИА «Новости». 2017. 25 янв. URL: <https://ria.ru/victorina/20170125/1486319704.html>

23. Официальная страница РИА «Новости» // Facebook. 2015. 17 июля. URL: <https://www.facebook.com/rianru/posts/10153561505624271>.

24. Приговоры мне еще. Судебная игра «Медиазоны» // Медиазона. 2017. 10 февр. URL: <https://zona.media/article/2017/02/10/judge>

25. Гостайна или нет? Какую информацию о России нельзя распространять. Тест // Meduza. 2015. 5 февр. URL: <https://meduza.io/quiz/gostayna-ili-net>

26. What Is Your 'Game of Thrones' Management Style? // The Wall Street Journal. 2015. May 4. URL: <http://graphics.wsj.com/game-of-thrones-management-quiz/>

27. Armchair Olympian // The Wall Street Journal. URL: <http://graphics.wsj.com/armchair-olympian/>

28. Quiz: Do you have the mentality of an Olympian? // BBC. URL: <http://www.bbc.com/sport/olympics/36859463>.

29. Геймификация – капитализм с человеческим лицом // Бизнес-online. Деловая электронная газета Татарстана. 2014. 31 авг. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/112856/>

30. Game-Based Learning: What it is, Why it Works, and Where it's Going // New media Institute. URL: <http://www.newmedia.org/game-based-learning--what-it-is-why-it-works-and-where-its-going.html>

31. В компьютерные игры полезно играть людям любого возраста // Ведомости.ru. 2015. 17 апр. URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2015/04/17/v-kompyuternie-igri-polezno-igrat-lyudyam-lyubogo-vozrasta>

32. History. Interactive games // BBC. URL: <http://www.bbc.co.uk/history/interactive/games/>

33. Bitesize. Games // BBC. URL: <http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/games/>

34. Science // BBC. URL: http://www.bbc.co.uk/science/humanbody/body/index_interactivebody.shtml.

35. Religion and Ethics. Tools. Civilization // BBC. URL: <http://www.bbc.co.uk/religion/tools/civilisations/>

36. Skillswise. Games // BBC. URL: <http://www.bbc.co.uk/skillswise/english/games>.

37. BBC Defends Syrian Journey Game Where Players Confront Problems Refugees Face. Kashmira Gander // Independent. Apr. 7. 2015. URL: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/gaming/bbc-defends-syrian-journey-game-where-players-confront-problems-refugees-face-10160831.html>

38. Политика идет в компьютерные игры // Деловая пресса. 2004. № 52 (277). 29 дек. URL: http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_37_aId_326721.html

39. World Without Oil // Writerguy.com URL: <http://writerguy.com/wwo/metahome.htm>

40. Шитенко Ю.О. «Новостные игры» как феномен журналистики // Вестн. Челябин. гос. ун-та. 2015. № 5 (360).

41. Маховиков И. ФБР решило побороть терроризм с помощью игры про барана // Игры@Mail.ru. 2016. 11 февр. URL: https://games.mail.ru/pc/news/2016-02-11/fbr_resihli_borotsja_s_terrorizmom_s_pomoschju_ovechki/?from=list

42. Can you Pick a Winning Stock? // The Wall Street Jojournal. 2016. July 5. URL: <http://graphics.wsj.com/stock-game/>
43. Army Ponies Up \$50M to Fund Combat Video Games // The Washington Post. 2008. Nov. 25. URL: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/11/24/AR2008112400654.html>
44. Хроника революции // RT. 2017. Feb. 27. URL: <https://www.rt.com/news/378740-rt-project-revolution-1917/>
45. 1917. Свободная история // Издательство Яндекса. URL: <https://project1917.ru/about>
46. How to Watch WSJ Virtual Reality or 360 video// The Wall Street Journal. 2015. Nov. 4. URL: <http://graphics.wsj.com/virtual-reality/>
47. Is the Nasdaq in Another Bubble? Roger Kenny, Ana Asnes Becker // The Wall Street Journal. Apr. 23, 2015. URL: <http://graphics.wsj.com/3d-nasdaq/>
48. BudgetHero: Game by American Public Media // Wilsoncenter.com. URL: <https://www.wilsoncenter.org/budget-hero>
49. Will a robot take your job? // BBC. News. 2015. Sept. 11. URL: <http://www.bbc.com/news/technology-34066941>
50. New Vision for Education // World Economic Forum USA. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_NewVisionforEducation_Report2015.pdf
51. Компьютерная игра поможет лечить воронежских детей // Игры@Mail.ru. 2016. 2 февр. URL: https://games.mail.ru/pc/news/2016-02-02/v_voronezhe_sdelali_igru_dlja_lechenija_detej/?from=list
52. Москва товарная. Угадайте логотипы известных компаний, связанных с Россией: игра «Медузы» // Meduza. 2015. 28 окт. URL: <https://meduza.io/feature/2015/10/28/moskva-tovarnaya>
53. Рыбаков О.Ю. Политическое творчество и игра // Человек. Общество. Право. Саратов, 2001. Вып. 3.
54. Ankario K. The gamification of politics // Campaigns&Elections. 2011. Nov. 10. URL: <http://www.campaignsandelections.com/campaign-insider/769/the-gamification-of-politics>
55. Шомова С.А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. М. : ИНИОН, 2004.
56. Пирогова Ю.К. Игровые техники в рекламных текстах. URL: <http://www.DV-reklama.ru>
57. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. М., 1983.
58. Барак Обама стал пользователем Foursquare // Вести.ru. 2011. 16 авг. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=539663&tid=80814>

59. The Voter Suppression Trail. Chris Baker, Brian Moore, Mike Lacher // The New York Times. Nov. 3. 2016. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2016/11/01/opinion/voting-suppression-videogame.html>

60. MTV hopes online game can energize 2012 youth vote // CNN. 2012. Apr. 24. URL: <http://edition.cnn.com/2012/04/24/tech/web/mtv-game-youth-vote/index.html>

61. *Klepek P.* The FBI Made A Video Game And It Sucks // Kotaku. 2016. Sept. 2. URL: <http://kotaku.com/the-fbi-made-a-video-game-and-it-sucks-1758105036>.

62. Помоги президенту и премьеру с переездом. Флэш-игра // РИА «Новости». 2012. 4 мая. URL: <http://ria.ru/infografika/20120504/640030969.html>

63. Не переизбрали! // РИА «Новости». 2011. 6 дек. URL: <http://ria.ru/games/20111206/507963798.html>

64. Игра от Лентача // Facebook, страница телеканала Дождь. 2015. 5 янв. URL: <https://www.facebook.com/tvrain/videos/10153529400393800/>

65. «Лентач» создал игру по мотивам приключения Путина в 2014 году // FURFUR. 2015. 5 янв. URL: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/179189-lentach-sozdal-igru-po-motivam-priklyucheniy-putina-v-2014-godu>

66. Игру «Лентача» про Путина заподозрили в экстремизме // Информационный портал медиасообщества Северо-Западного региона. 2016. 16 янв. URL: <https://lenizdat.ru/articles/1126304/>

67. Новая война России и Грузии – теперь на ваших компьютерах // InnoPressa. 2008. 24 нояб. URL: <http://www.inopressa.ru/article/24Nov2008/wp/comp.html>

68. В Сети набирает популярность российская онлайн-игра «Майдан» // Life News. 2014. 12 марта. URL: <http://lifenews.ru/mobile/news/128853>

69. На Android появилась игра про Майдан с захватом Кремля в финале // Tjournal. 2014. 18 марта. URL: <https://tjournal.ru/p/maidan-the-game>

70. Воры и офшоры. URL: <http://tek100.ru/>

71. Вокруг шум: «Панамский архив» и друг Путина // Meduza. 2016. 5 апр. URL: <https://meduza.io/shapito/2016/04/05/vokrug-shum-panamskiy-arhiv-i-drug-putina>

72. Заявление от 13 января 2015 г. // Официальный сайт Российского военно-исторического общества. URL: <http://histrf.ru/ru/rvio/activities/news/item-1378>.

73. Замглавы Минкомсвязи открыл чемпионат компьютерной игры, посвященный 70-летию Победы // Официальный сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. 2015. 29 марта. URL: <http://minsvyaz.ru/ru/events/32931/>

74. Проекты // Помним все. URL: <http://pomnimvse.org/>

75. WP: в России появилась компьютерная игра о войне в Осетии // Газета.ру. 2008. 24 нояб. URL: http://www.gazeta.ru/news/lenta/2008/11/24/n_1299983.shtml

76. Бельгийцы создали компьютерную игру «Битва за Донецк» // РИА Крым. 2015. 22 марта. URL: <http://crimea.ria.ru/world/20150322/159431.html>

77. Tackling the Horrors of War from a Civilian Perspective in This War of Mine. For civilians, war never changes // Gamespot. 2014. 24 марта. URL: <http://www.gamespot.com/articles/tackling-the-horrors-of-war-from-a-civilian-perspective-in-this-war-of-mine/1100-6418503/>

78. *Bogost I., Ferrari S., Schweizer B.* Newsgames. Journalism at Play. The MIT Press, 2010.

79. *Sicart M.* Newsgames: Theory and Design. 7th International Conference on Entertainment computing. Pittsburgh, PA: Scott M. Stevens, Shirley J. Saldamarco, 2008.

80. *Казакова Н.Ю.* Принципы проектирования обуславливающих достижение состояние «потока» аспектов в гейм-дизайне // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2016. Вып. 1 (171).

81. Cutthroat Capitalism: The Game. Smallbore Webworks, Dennis Crothers // Wired, Jul. 20, 2009. URL: <https://www.wired.com/2009/07/cutthroat-capitalism-the-game/>

82. September 12th // Gamesforchange.org URL: <http://www.gamesforchange.org/play/september-12th-a-toy-world/>

83. Media Theorised. Reading against the Grain // Al Jazeera. URL: <http://interactive.aljazeera.com/aje/2017/the-listening-post-media-theorised/index.html>

84. Подкидной футбол // Meduza. 2016. 2 июня. URL: <https://meduza.io/games/podkidnoy-futbol>

85. Подкидной футбол после Евро-2016 // Meduza. 2016. 14 июля. URL: <https://meduza.io/games/podkidnoy-futbol-posle-evro-2016>

86. Сыграй в «Карточный домик» с Фрэнком Андервудом // Meduza. 2016. 4 марта. URL: <https://meduza.io/feature/2016/03/04/kartochniy-domik>

87. Собери чемодан. Классическая игра Sokoban в летней обработке «Медузы» // Meduza. 2016. 23 июля. URL: <https://meduza.io/games/soberi-chemodan>

THE GAMING COMPONENT OF THE MEDIA CONTENT: FUNCTIONAL AND TYPOLOGICAL MODELS

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2018. 4, pp. 25–72.

Iosif M. Dzyaloshinskiy, Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation).

E-mail: idezaloshinsky@hse.ru

DOI: 10.17223/26188422/4/2

Keywords: gaming media content, functionality of gaming media content, typological models of media games.

The paper is devoted to the analysis of one of the most obvious features of modern global media – the increase in the volume of media content devoted to the description

and demonstration of various entertainment events: sports competitions, royal weddings, rescue actions, beauty contests, etc. The audience of such shows has billions of interested viewers who are actively involved in the empathy of what they are shown on the screen. Another feature of the era is the social and media space filled with all sorts of games. The use of the game and its elements in non-game contexts (in the interests of business, to solve any personal or social problems) is called “gamification”.

The author has investigated the functions of the gaming component of modern media, proposed a new typology of media games (competence, manipulative, entertainment and gambling). The author’s main conclusion is that at the present stage of historical development, both people themselves and games they use to solve their problems have changed.

Modern people, at least those living in the so-called “first world”, are characterized by the following features. On the one hand: 1) the relative education of people is growing; 2) their needs are developing – people need more and more now, and they want to achieve everything faster and faster; 3) people are increasingly striving to be able to make decisions on their own, without pressure from the outside; 4) people’s self-esteem is growing; 5) the desire for new impressions is increasing: people tend to travel, they need new and constantly updated information; 6) personal mobility is growing, people stop holding on to one job, one place of residence, it is easier to change jobs and place of residence, easier to move; 7) the generation gap is increasing – between parents and children, between the older and the younger.

On the other hand, the increasingly accelerating transformation of modern society forms a growing existential anxiety about one’s place in a changing world in the mass consciousness. At the subjective, personal level, the above challenges are accompanied by mass experiences of stress. The consequence of these factors is the search for ways to relieve psychological tension. One of these ways is a game. Thus, paraphrasing K. Marx, we can say with a good reason that games have become a specific “opium for the people”. This “drug” allows a person to fall out of the oppressive reality for a while, get a charge of fun and vivacity, and then with new forces return to the real world, which uses us for some of its purposes.

References

1. Pravda–TV. (2012) Komp`yuternyye igry kak narkotik ili vzglyad iznutri [Computer games as a drug, or a view from inside]. *Pravda–TV*. 29 July. [Online] Available from: <http://www.pravda-tv.ru/2012/07/29/15769/komp-yuterny-e-igry-kak-narkotik-ili-vz>.

2. Imya Zhenshchina. (n.d.) *Kto iz velikikh lyudey uvlekalsya azartnymi igrami? Samyye azartnyye russkiye pisateli i poety* [Which great people were fond of gambling? The most gambling Russian writers and poets]. [Online] Available from: <http://www.namewoman.ru/chobbi/kto-iz-velikich-liudey-uvlekalsya-azartnimi-igrami-samie-azartnie-russkie-pisateli-i-poeti>.

3. Geek Times. (2013) Transformatsiya igrovoykh mirov [Transformation of the game worlds]. *Geek Times*. 18 September. [Online] Available from: <https://geektimes.ru/company/asus/blog/261814/>.

4. Werbach, K. (n.d.) *Definition of Gamification*. [Online] Available from: <https://www.coursera.org/learn/gamification>.
5. Bogost, I. (2015) *Video Games Are Better Without Characters*. [Online] Available from: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2015/03/video-games-are-better-without-characters/387556/>.
6. Vol'nov, V. (2005) *Fenomen igry. Otkrytaya lektsiya* [The phenomenon of the game. An open lecture]. St. Petersburg: Sankt-Peterburgskaya konservatoriya.
7. Caillois, R. (2007) *Igry i lyudi. Stat'i i esse po sotsiologii kul'tury* [Games and people. Articles and essays on the sociology of culture]. Translated from French by S.N. Zenkin. [Online] Available from: <http://bookfi.net/book/1351600>.
8. Smirnov, S.A. (1995) *Filosofiya igry (prolegomeny k postroyeniyu filosofii igry)* [Philosophy of the game (prolegomena to the construction of the philosophy of the game)]. *Kentavr. Metodologicheskii i igrotekhnicheskii al'manakh*. 2 (14).
9. Azimov, E.G. & Shchukin, A.N. (2009) *Novyy slovar' metodicheskikh terminov i ponyatiy (teoriya i praktika obucheniya yazykam)* [A new dictionary of methodological terms and concepts (theory and practice of language teaching)]. Moscow: IKAR.
10. Akademik. (n.d.) *Nauchno-tehnicheskii entsiklopedicheskii slovar'* [Scientific and technical encyclopedic dictionary]. [Online] Available from: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/ntes/>.
11. Bogost, I. (2007) *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge, MA: The MIT Press.
12. Bogost, I. (2008) *The Rhetoric of Video Games. The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*. Cambridge, MA: The MIT Press.
13. Kutlaliyev, T. (2014) *Zhanrovaya tipologiya komp'yuternykh igr: problema sistematizatsii khudozhestvennykh sredstv* [The genre typology of computer games: the problem of systematization of artistic means]. Moscow: RSUH.
14. Gamesisart. (n.d.) *Klassifikatsiya zhanrov (dlya issledovateley)* [Classification of genres (for researchers)]. [Online] Available from: http://gamesisart.ru/janr.html#TableJanr_Create.
15. RIA Novosti. (2015) *Po doroge na Kudykinu goru* [On the way to "Kudykina Gora?"]. 28 October [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20151028/1243669408.html>.
16. RIA Novosti. (2017) *Luchshiyе druz'ya devushek* [Girls' best friends]. 31 January. [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20170131/1486804873.html>.
17. RIA Novosti. (2016) *Popalis' v set'* [Caught in the net]. 6 August. [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20160806/1473181015.html>.
18. RIA Novosti. (2016) *Internet po-russki* [Internet in the Russian way]. 7 April. [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20160407/1403554081.html>.
19. RIA Novosti. (2016) *Lyubvi vse vozrasty pokorny* [All ages are to love submissive]. 14 February. [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20160214/1369182578.html>.

20. RIA Novosti. (2016) *Shekspir ili ne Shekspir* [Shakespeare or not Shakespeare]. 23 April. [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20160423/1417435319.html>.
21. RIA Novosti. (2016) *Gotovy li vy stat' zashchitnikom Rodiny?* [Are you ready to become a defender of the homeland?]. 1 October [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20161001/1478179971.html>.
22. RIA Novosti. (2017) *Kakoy iz vas student?* [What kind of a student are you?]. 25 January. [Online] Available from: <https://ria.ru/victorina/20170125/1486319704.html>.
23. Facebook. (2015) *Ofitsial'naya stranitsa RIA Novosti* [Official RIA Novosti page]. 17 July. [Online] Available from: <https://www.facebook.com/rianru/posts/10153561505624271>.
24. Mediazona. (2017) *Prigovori mne yeshche. Sudebnaya igra "Mediazony"* [Give me another verdict. The trial game of Mediazona]. 10 February. [Online] Available from: <https://zona.media/article/2017/02/10/judge>.
25. Meduza. (2015) *Gostayna ili net? Kakuyu informatsiyu o Rossii nel'zya rasprostranyat'. Test* [State secret or not? What information about Russia can not be disseminated. Test]. 5 February. [Online] Available from: <https://meduza.io/quiz/gostayna-ili-net>.
26. *The Wall Street Journal*. (2015) What Is Your 'Game of Thrones' Management Style? 5. May 4. [Online] Available from: <http://graphics.wsj.com/game-of-thrones-management-quiz/>.
27. *The Wall Street Journal*. (2016) *Armchair Olympian*. [Online] Available from: <http://graphics.wsj.com/armchair-olympian/>.
28. BBC. (2016) *Quiz: Do you have the mentality of an Olympian?* [Online] Available from: <http://www.bbc.com/sport/olympics/36859463>.
29. *Biznes-online*. (2014) Geymifikatsiya – kapitalizm s chelovecheskim litsom [Gamification – capitalism with a human face]. 31 August. [Online] Available from: <http://www.business-gazeta.ru/article/112856/>.
30. New Media Institute. (n.d.) *Game-Based Learning: What it is, Why it Works, and Where it's Going*. [Online] Available from: <http://www.newmedia.org/game-based-learning--what-it-is-why-it-works-and-where-its-going.html>.
31. *Vedomosti.ru*. (2015) V komp'yuternyye igry polezno igrat' lyudyam lyubogo vozrasta [Playing computer games is useful for people of any age]. 17 April. [Online] Available from: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2015/04/17/v-kompyuternie-igri-polezno-igrat-lyudyam-lyubogo-vozrasta>.
32. BBC. (2011) *History. Interactive games*. [Online] Available from: <http://www.bbc.co.uk/history/interactive/games/>.
33. BBC. (n.d.) *Bitesize. Games*. [Online] Available from: <http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/games/>.
34. BBC. (n.d.) *Science*. [Online] Available from: http://www.bbc.co.uk/science/humanbody/body/index_interactivebody.shtml.

35. BBC. (n.d.) *Religion and Ethics. Tools. Civilization*. [Online] Available from: <http://www.bbc.co.uk/religion/tools/civilisations/>.

36. BBC. (n.d.) *Skillswise. Games*. [Online] Available from: <http://www.bbc.co.uk/skillswise/english/games>.

37. Gander, K. (2015) BBC Defends Syrian Journey Game Where Players Confront Problems Refugees Face. *Independent*. Apr. 7. [Online] Available from: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/gaming/bbc-defends-syrian-journey-game-where-players-confront-problems-refugees-face-10160831.html>.

38. Delovaya pressa. (2004) Politika idet v komp'yuternyye igry [Politics goes to computer games]. *Delovaya pressa*. 52 (277). 29 December. [Online] Available from: http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_37_ald_326721.html.

39. Writerguy.com. (n.d.) *World Without Oil*. [Online] Available from: <http://writerguy.com/www/metahome.htm>.

40. Shitenko, Yu.O. (2015) “Novostnyye igry” kak fenomen zhurnalistiki [“News Games” as a journalism phenomenon]. *Vestn. Chelyab. gos. un-ta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 5 (360).

41. Makhovikov, I. (2016) FBR reshilo poborot' terrorizm s pomoshch'yu igry pro barana [The FBI decided to overcome terrorism with the help of a game about a ram]. *Igry@Mail.ru*. 11 February. [Online] Available from: https://games.mail.ru/pc/news/2016-02-11/fbr_reshili_borotsja_s_terrorizmom_s_pomoschju_ovech-ki/?from=list.

42. *The Wall Street Journal*. (2016) Can you Pick a Winning Stock? July 5. [Online] Available from: <http://graphics.wsj.com/stock-game/>.

43. *The Washington Post*. (2008) Army Ponies Up \$50M to Fund Combat Video Games. Nov. 25. [Online] Available from: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/11/24/AR2008112400654.html>.

44. RT. (2017) *Khronika revolyutsii* [Chronicle of the revolution]. February 27. [Online] Available from: <https://www.rt.com/news/378740-rt-project-revolution-1917/>.

45. Yandex. (n.d.) *1917. Svobodnaya istoriya* [1917. A free history]. [Online] Available from: <https://project1917.ru/about>.

46. *The Wall Street Journal*. (2015) How to Watch WSJ Virtual Reality or 360 video. Nov. 4. [Online] Available from: <http://graphics.wsj.com/virtual-reality/>

47. Kenny, R. & Becker A.A. (2015) Is the Nasdaq in Another Bubble? *The Wall Street Journal*. Apr. 23, 2015. [Online] Available from: <http://graphics.wsj.com/3d-nasdaq/>.

48. Wilsoncenter.com. (n.d.) *BudgetHero: Game by American Public Media*. [Online] Available from: <https://www.wilsoncenter.org/budget-hero>.

49. BBC. (2015) *Will a robot take your job?* Sept. 11. [Online] Available from: <http://www.bbc.com/news/technology-34066941>.

50. World Economic Forum USA. (2015) *New Vision for Education*. [Online] Available from: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_NewVisionforEducation_Report2015.pdf.

51. Igrы@Mail.ru. (2016) *Komp'yuternaya igra pomozhet lechit' voronezhskikh detey* [A computer game will help to treat Voronezh children]. 2 February. [Online] Available from: https://games.mail.ru/pc/news/2016-02-02/v_voronezhe_sdalali_igru_dlja_lechenija_detey/?from=list.

52. Meduza. (2015) *Moskva tovarnaya. Ugadayte logotipy izvestnykh kompaniy, svyazannykh s Rossiyey* [Moscow of commodities. Guess the logos of famous companies associated with Russia]. 28 October. [Online] Available from: <https://meduza.io/feature/2015/10/28/moskva-tovarnaya>.

53. Rybakov, O.Yu. (2001) Politicheskoye tvorchestvo i igra [Political creativity and the game]. *Chelovek. Obshchestvo. Pravo*. 3.

54. Ankario, K. (2011) The gamification of politics. *Campaigns&Elections*. Nov. 10. [Online] Available from: <http://www.campaignsandelections.com/campaign-insider/769/the-gamification-of-politics>.

55. Shomova, S.A. (2004) *Politicheskaya kommunikatsiya: sotsiokul'turnyye tendentsii i mekhanizmy* [Political communication: socio-cultural trends and mechanisms]. Moscow: INION.

56. Pirogova, Yu.K. (n.d.) *Igrovyye tekhniki v reklamnykh tekstakh* [Gaming techniques in advertising texts]. [Online] Available from: <http://www.DV-reklama.ru>.

57. Zemskaya, Ye.A., Kitaygorodskaya, M.A. & Rozanova, N.N. (1983) *Yazykovaya igra* [Language game]. In: Zemskaya, Ye.A. (ed.) *Russkaya razgovornaya rech'* [Russian colloquial speech]. Moscow: Nauka.

58. *Vesti.ru*. (2011) Barak Obama stal pol'zovatelem Foursquare [Barack Obama has become a Foursquare user]. 16 August. [Online] Available from: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=539663&tid=80814>.

59. Baker, Ch., Moore, B. & Lacher, M. (2016) The Voter Suppression Trail. *The New York Times*. Nov. 3. [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/interactive/2016/11/01/opinion/voting-suppression-videogame.html>.

60. CNN. (2012) *MTV hopes online game can energize 2012 youth vote*. Apr. 24. [Online] Available from: <http://edition.cnn.com/2012/04/24/tech/web/mtv-game-youth-vote/index.html>.

61. Klepek, P. (2016) The FBI Made A Video Game And It Sucks. *Kotaku*. Sept. 2. [Online] Available from: <http://kotaku.com/the-fbi-made-a-video-game-and-it-sucks-1758105036>.

62. RIA Novosti. (2012) *Pomogi prezidentu i prem'yeru s pereyzdom. Flesh-igra* [Help the president and the prime minister with the move. A flash game]. 4 May. [Online] Available from: <http://ria.ru/infografika/20120504/640030969.html>.

63. RIA Novosti. (2011) *Ne pereizbrali!* [Not re-elected!]. 6 December. [Online] Available from: <http://ria.ru/games/20111206/507963798.html>.

64. Facebook. (2015) *Igra ot Lentacha* [A game from Lentach]. 5 January. [Online] Available from: <https://www.facebook.com/tvrain/videos/10153529400393800/>.

65. FURFUR. (2015) "*Lentach*" *sozdal igru po motivam priklyucheniya Putina v 2014 godu* [Lentach created a game based on the adventures of Putin in 2014]. 5 January. [Online] Available from: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/179189-lentach-sozdal-igru-po-motivam-priklyucheniya-putina-v-2014-godu>.

66. Lenizdat.ru. (2016) *Igru "Lentacha" pro Putina zapodozrili v ekstremizme* [The game of Lentach about Putin was suspected of extremism]. 16 January. [Online] Available from: <https://lenizdat.ru/articles/1126304/>.

67. InnoPressa. (2008) *Novaya vojna Rossii i Gruzii – teper' na vashikh komp'yuterakh* [New war of Russia and Georgia – now on your computers]. 24 November. [Online] Available from: <http://www.inopressa.ru/article/24Nov2008/wp/comp.html>.

68. Life News. (2014) *V Seti nabirayet populyarnost' rossiyskaya onlayn-igra "Maydan"* [The Russian online game "Maidan" is gaining popularity on the Internet]. 12 March. [Online] Available from: <http://lifenews.ru/mobile/news/128853>.

69. *Tjournal*. (2014) *Na Android poyavilas' igra pro Maydan s zakhvatom Kremlya v finale* [On Android, a game about Maidan appeared with the capture of the Kremlin in the final]. 18 March. [Online] Available from: <https://tjournal.ru/p/maidan-the-game>.

70. Tek100.ru. (n.d.) *Vory i offshory* [Thieves and offshore]. [Online] Available from: <http://tek100.ru/>.

71. Meduza. (2016) *Vokrug shum: "Panamskiy arkhiv" i drug Putina* [Noise is around: The "Panama Archive" and a friend of Putin]. 5 April. [Online] Available from: <https://meduza.io/shapito/2016/04/05/vokrug-shum-panamskiy-arhiv-i-drug-putina>.

72. Official website of the Russian Military History Society. (2015) *Zayavleniye ot 13 yanvarya 2015 g.* [Statement of January 13, 2015]. [Online] Available from: <http://histrf.ru/ru/rvio/activities/news/item-1378>.

73. Official website of the Ministry of Communications and Mass Media of the Russian Federation. (2015) *Zamglavy Minkomsvyazi otkryl chempionat komp'yuternoy igry, posvyashchenny 70-letiyu Pobedy* [The Deputy Head of the Ministry of Communications and Mass Media opened the computer game championship dedicated to the 70th anniversary of the Victory]. 29 March. [Online] Available from: <http://minsvyaz.ru/ru/events/32931/>.

74. Pomnim vse. (n.d.) *Proyekty* [Projects]. [Online] Available from: <http://pomnimvse.org/>.

75. *Gazeta.ru*. (2008) *WP: v Rossii poyavilas' komp'yuternaya igra o voyne v Osetii* [WP: Russia has a computer game about the war in Ossetia]. 24 November. [Online] Available from: http://www.gazeta.ru/news/lenta/2008/11/24/n_1299983.shtml.

76. RIA Krym. (2015) *Bel'giytsy sozdali komp'yuternuyu igru "Bitva za Donetsk"* [The Belgians created a computer game "Battle for Donetsk"]. 22 March. [Online] Available from: <http://crimea.ria.ru/world/20150322/159431.html>.

77. Gamespot. (2014) *Tackling the Horrors of War from a Civilian Perspective in This War of Mine. For civilians, war never changes.* 24 March. [Online] Available from: <http://www.gamespot.com/articles/tackling-the-horrors-of-war-from-a-civilian-perspective-in-this-war-of-mine/1100-6418503/>.

78. Bogost, I., Ferrari, S. & Schweizer, B. (2010) *Newsgames. Journalism at Play.* Cambridge, MA: The MIT Press.

79. Sicart, M. (2008) *Newsgames: Theory and Design. 7th International Conference on Entertainment Computing.* Pittsburgh, PA: Scott M. Stevens, Shirley J. Salda-marco.

80. Kazakova, N.Yu. (2016) The principles of aspect design to achieve “a stream state”. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedeniye – Bulletin of the Adygeya State University, Literature and Art Criticism.* 1 (171). (In Russian).

81. Crothers, D. (2009) *Cutthroat Capitalism: The Game.* Smallbore Webworks. *Wired.* Jul. 20. [Online] Available from: <https://www.wired.com/2009/07/cutthroat-capitalism-the-game/>.

82. Gamesforchange.org. (2010) *September 12th.* [Online] Available from: <http://www.gamesforchange.org/play/september-12th-a-toy-world/>.

83. Al Jazeera. (2017) *Media Theorised. Reading against the Grain.* [Online] Available from: <http://interactive.aljazeera.com/aje/2017/the-listening-post-media-theorised/index.html>.

84. Meduza. (2016) *Podkidnoy futbol* [Flush football]. 2 June. [Online] Available from: <https://meduza.io/games/podkidnoy-futbol>.

85. Meduza. (2016) *Podkidnoy futbol posle Yevro-2016* [Flush football after Euro 2016]. 14 July. [Online] Available from: <https://meduza.io/games/podkidnoy-futbol-posle-evro-2016>.

86. Meduza. (2016) *Sygray v “Kartochnyy domik” s Frenkom Andervudom* [Play the House of Cards with Frank Underwood]. 4 March. [Online] Available from: <https://meduza.io/feature/2016/03/04/kartochniy-domik>.

87. Meduza. (2016) *Soberi chemodan. Klassicheskaya igra Sokoban v letney obrabotke “Meduzy”* [Collect a suitcase. Classic Sokoban game in the summer processing of Meduza]. 23 July. [Online] Available from: <https://meduza.io/games/soberi-chemodan>.