

УДК 004.9:316.647.8

Россия как агрессор в современных компьютерных играх

Осекин Станислав Олегович

Аспирант,

факультет иностранных языков и регионоведения,

МГУ им. М.В. Ломоносова,

119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1-52;

e-mail: stasosekin@gmail.com

Аннотация

В статье рассматривается образ России и русских в современных компьютерных играх и проводится анализ национальных стереотипов о России в данных играх. По результатам этого анализа определяется, что наша страна представлена в компьютерных и видеоиграх как страна-агрессор, инициирующая военные действия при первой появившейся возможности и стремящаяся к мировому господству. Многие популярные во всем мире и коммерчески успешные игры не просто используют этот стереотип, но злоупотребляют им. В некоторых играх разработчики намеренно эксплуатируют такой образ России с целью создания комичного эффекта, однако во многих других используют его абсолютно серьезно. В конце статьи приводятся причины данного феномена, а также возможные способы исправления сложившейся ситуации.

Для цитирования в научных исследованиях

Осекин С.О. Россия как агрессор в современных компьютерных играх // Культура и цивилизация. 2016. № 1. С. 116-127.

Ключевые слова

Компьютерные игры, видеоигры, игроведение, национальные стереотипы, этнические стереотипы, стереотипы о России, стереотипы о русских.

Введение

«Образ врага» – коллективные представления о нации, государстве или группе государств, которые складываются под влиянием национальных или идеологических стереотипов и используются для контроля над массовым сознанием и для культивирования чувств страха, недоверия и враждебности [Чугров, 1993]. Конструирование «образов врага» характерно прежде всего для эпох международных кризисов и войн (как «холодных», так и «горячих») и служит в основном для мобилизации собственной нации.

В зависимости от текущей политической ситуации и расклада сил на мировой арене, помимо основной державы, диктующей свои политические и культурные устои, должна существовать та или иная противоборствующая сила, некое государство, противостоящее этой державе, способное оказать ей сопротивление и – зачастую – представляющее в глазах мирового сообщества угрозу всему человечеству. Формируется так называемый «образ врага», «которого надо истреблять» [Белянцев, Герштейн, 2010, 281]. По словам исследователя стереотипов П.Н. Донца, «образы врага пользуются особой конъюнктурой в ситуациях мнимой или действительной угрозы, в условиях кризиса осмысленности существования и социального стресса, в переломных фазах. Они часто вызываются фрустрациями или страхом и создают предпосылки для агрессии и, в конечном счете, для попыток насильственного разрешения конфликтов, для войны» [Донец, 2001, 185].

Россия как агрессор: проявление стереотипа

Началом выделения стереотипа «страны-агрессора» можно считать восьмидесятые годы XX века, самый конец холодной войны, когда получили рас-

пространение так называемые «пропагандистские фильмы США», в которых СССР, согласно актуальной на то время ситуации, представлялся в качестве страны-агрессора, смертельной мировой угрозы [Бастрыкин, 2012].

Времена менялись, менялось отношение к России, в мире появлялись новые потенциальные кандидаты на роль мирового агрессора, например арабский Восток и Северная Корея, но Россия по-прежнему не сдавала своих позиций. Влияние пропагандистских фильмов оказалось столь велико, что восприятие русских еще долгое время шло через призму этих стереотипов, и из кинематографа они перешли в смежную дисциплину – компьютерные игры [Калмыков, 2014].

Игры переняли не только сам стереотип, но и адаптацию его в зависимости от происходящего в мире. Так, количество игр с Россией в качестве антагониста существенно выросло после вооруженного конфликта в Цхинвале в августе 2008 года. Эти игры обладали и соответствующим сюжетом.

Рассмотрим наиболее яркие примеры использования образа России как агрессора в компьютерных играх последних двух десятилетий.

Начнем с той, в которой такой образ эксплуатируется до крайности. Это популярная серия компьютерных игр «*Command & Conquer: Red Alert*». Сюжет игры разворачивается в альтернативной истории, где после победы над Адольфом Гитлером Советский Союз, уже не имея никаких равносильных противников, начинает массовый захват Европы. Войска союзных сил ставят перед собой задачу остановить СССР, пока он не пришел к мировому господству.

Общая стилизация игры выполнена в красном «коммунистическом» цвете, название основано на игре слов. *Red alert* в переводе с английского языка означает «боевая готовность», но в контексте сюжета, основанного на мировой экспансии СССР, слово *red*, «красный», несет тот же коннотативный смысл, что и фильмы эпохи холодной войны («Красная жара», «Красный рассвет» и т. д.).

Советский Союз представлен в игре как технологически развитая держава, особенно далеко продвинувшаяся в отношении военного дела. Упор при этом делается на совершенствование бронетанковой техники и использование ядерного оружия. Ядерное оружие используется повсеместно: истребители МиГ несут ядерные ракеты на борту, атомные подводные лодки – ядерные торпеды и ракеты. Более того, даже армейские грузовики везут в кузове мощный ядер-

ный заряд, взрываясь на базе врага, когда это необходимо. Наконец, ядерное оружие есть даже у гражданских лиц, оно заключено в пояс, напоминающий пояс шахида, и применяется ими по первой необходимости [List...].

Следующая игра серии, «*Red Alert 2*», продолжает традиции своей предшественницы. В этой игре СССР уже захватывает не только всю Землю, но и другие планеты (в частности, Луну), в связи с чем образ Союза как «вселенского зла» продолжает укрепляться в сознании игроков.

Наконец, финальная игра серии, «*Red Alert 3*», не просто переняла все стереотипы из предыдущих частей, но окончательно их абсурдизировала, сделав еще более гротескными и нелепыми. Так, в главном меню звучит композиция – вымышленный «гимн» Советского Союза, имеющий весьма недвусмысленный текст: «*Наш Советский Союз покоряет // Весь мир от Европы к Неве на восток. // Над землей везде будут петь: // Столица, водка, Советский медведь!*» [Soviet March..., www].

Справедливости ради стоит отметить, что все происходящее представлено в игре с известной долей юмора и оттенком несерьезности происходящего. Тем не менее игра снискала известную популярность, а образ современной России как мирового агрессора, пусть и в комичной форме, закрепился в умах современного потребителя.

Куда более серьезно на фоне серии «*Red Alert*» выглядит игра 2008 года «*Frontlines: Fuel of War*». Сюжет игры начинается в недалеком будущем на фоне мирового ресурсного кризиса. В этой игре так называемая «Западная коалиция» (США и ЕС) противостоит «Союзу Красной Звезды» (России и Китаю). Несмотря на удручающую экологическую ситуацию и потенциальную угрозу вымирания всего человечества, террористическое правительство России вступает в затяжную войну с Западным миром за добычу ресурсов, при этом уничтожая эти самые ресурсы в процессе вооруженных столкновений.

Серьезного тона придерживается и игра 2009 года «*World in Conflict: Soviet Assault*» производства компании *Massive Entertainment*. В этой игре после падения Берлинской стены Советский Союз захватывает оставшуюся часть Германии, а затем и всю Европу, постепенно продвигаясь дальше на запад и угрожая захватить и США. Так начинается Третья мировая война, в которую вступают

все оставшиеся неоккупированными страны, чтобы объединиться против единого врага, России.

Представление России как агрессора отражено и в одной из игр популярной серии «*Battlefield*», «*Battlefield 2: Bad Company 2*», созданной в 2008 году силами компании *EA Digital Illusions CE*. По сюжету, Россия к началу основных событий уже захватила большую часть мира, включая Южную Америку и часть Азии. Одним из немногих избежавших оккупации государств стали, разумеется, США. Именно американцам необходимо помешать России разработать секретное оружие, с помощью которого она захватит США и, как следствие, весь оставшийся мир и придет к мировому господству.

Наконец, тема России-агрессора поднимается в мировом бестселлере «*Call of Duty*», в серии «*Modern Warfare*». Игра 2009 года «*Call of Duty: Modern Warfare 2*», едва успев выйти, установила мировой суточный рекорд продаж: в первый же день было реализовано более 5,7 миллиона копий общей суммой в 310 миллионов долларов, что превысило суточный доход от продаж самого удачного в этом отношении фильма «*Темный рыцарь*» практически вдвое [Johnson, 2009].

Россия как агрессор: причины появления и эксплуатации стереотипа

Итак, Россия неоднократно представляется в компьютерных играх в качестве агрессора. Почему же так происходит? Гордон Ван Дайк, один из разработчиков упомянутой нами компьютерной игры «*Battlefield 2: Bad Company 2*», убежден в том, что подобное представление России в компьютерных играх не случайно: «Мне кажется, что мы отражаем то, что на самом деле происходит в мире. Мы уделяем много внимания новостям и на самом деле следим за мировыми событиями. Тот факт, что русские вошли на территорию Грузии, как-то всех перепугал. <...> То есть это тот вопрос, который мне постоянно задают российские журналисты: почему русские, почему нас опять выставляют плохими парнями? Мы уже были плохими парнями в другой игре, и теперь у вас в игре мы опять плохие. Почему? И что мне им ответить? Так много есть чего сказать на это. Потому что вы, ребята, на самом деле крутые! Кто круче

русских? Скажите мне, кто? Вот поэтому вы такие в нашей игре. Правильно» [Плохие русские..., 2010, www].

Не все, впрочем, разделяют это мнение. Специалист по компьютерным играм из Стаффордширского университета доктор Бобби Флетчер говорит, что не может для себя найти объяснение тому, почему авторы игры выбрали россиян для роли врагов в игре «*Modern Warfare*».

«Это вообще довольно рискованно – представлять другие народы как врагов, а они вернулись к противнику времен холодной войны. Тем более, представляя его в столь жестокой манере, как на уровне в аэропорту. Политически это было более чем взрывоопасно, учитывая, что речь идет о тех, кого представляют в качестве современного врага западной цивилизации», – рассказала она в интервью Би-би-си [Аксенов, 2009, www].

Русские игровые журналисты имеют на этот счет свое мнение. Гнэл Унанян, обозреватель журнала «Навигатор игрового мира», считает, что тоска по большому, мощному врагу – «уже хорошо накатанная Голливудом колея. В западной, трансатлантической культуре есть традиция. Она была хорошо поддержана Голливудом в свое время. И есть такие люди, как Ян Флеминг, Том Клэнси. Том Клэнси просто-таки делал имя на советской угрозе» [Аксенов, 2009, www].

Редактор международного отдела ныне закрытого журнала «Русский *Newsweek*» Леонид Рогозин в 2009 году высказал мнение, что в игровом мире люди часто не разбираются в политике и принимают тот образ, который создают средства массовой информации:

«Многим кажется, что Россия – агрессивная страна и что агрессия эта немотивированна. С одной стороны, они не знают какие-то легитимные аргументы, которые есть у России, с другой – видят, как Россия подчас довольно неумело отстаивает свою позицию... Поэтому и такая культурная реакция – в поп-культуре люди не очень хорошо разбираются в политических нюансах, и если средства массовой информации волей-неволей изображают кого-то как врага или злобного агрессивного героя, то результат не замедлит сказаться в культуре» [Аксенов, 2009, www].

Что же делать в таком случае? Одним из способов возможного выхода из положения является выпуск русских компьютерных игр, в которых в качестве

мирового агрессора будет выступать не Россия, а США или какая-либо иная страна. Такие игры выпускаются и в настоящее время, одна из них – компьютерная игра 2008 года «*Противостояние: Принуждение к миру*», посвященная войне в Южной Осетии. Однако если продукты вроде «*Call of Duty: Modern Warfare 2*» занимают первые строчки в рейтингах продаж, «*Принуждение к миру*» даже не смогло окупить затраты на свое создание [Янович, 2009].

Мнение автора данной работы касательно возможных путей решения проблемы совпадает с точкой зрения Олега Ставицкого, редактора ведущего российского игрового журнала «Игромания». Он считает, что на такие игры «просто нет политического заказа». Однако, по его мнению, «Госдума уже обратила взгляд на игровое сообщество, и поэтому госзаказ на «правильные» игры может появиться» [Аксенов, 2009, www].

Заключение

В заключение хотелось бы добавить, что в настоящее время для стабилизации имиджа России на мировой арене российская игровая индустрия действительно нуждается в издании качественного продукта, который бы способствовал разрушению постепенно нарастающей популярности стереотипа о России как мировом агрессоре. Необходимо, однако, учитывать, что пропаганду следует вплести в сюжет достаточно тонко, чтобы она не смогла отрицательно повлиять на популярность и продаваемость этой игры. В случае если это удастся, русская игровая индустрия может составить конкуренцию американской не только на экономическом, но и на политическом и идеологическом уровнях, что в нынешних условиях было бы очень важным достижением.

Библиография

1. Аксенов П. «Плохие русские» возвращаются в компьютерные игры. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2009/11/091119_russia_game_modernwarfare.shtml

2. Бастрыкин В.С. Формирование образа России как врага в массовом сознании западного общества: история и современность // Российский политический процесс в региональном измерении: история, теория, практика. Барнаул: Алтайский государственный университет, 2012. С. 10-13.
3. Белянцев А.Е., Герштейн И.З. Образ страны через компьютерную игру: историко-политический аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 6. С. 279-283.
4. Донец П.Н. К типологии стереотипов // Л.И. Гришаева (ред.) Социальная власть языка. Воронеж, 2001. С. 183-187.
5. Калмыков В.А. Образ России и индустрия компьютерных игр // Коммуникативные платформы для социальных и медийных инноваций. М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С. 87-91.
6. Плохие русские – стереотип компьютерных игр. URL: <http://inotv.rt.com/2010-01-11/Plohie-russkie---stereotip-kompyuternih>
7. Чугров С.В. Россия и Запад: метаморфозы взаимовосприятия. М.: Наука, 1993. 140 с.
8. Янович И. Противостояние: Принуждение к миру. URL: http://www.igromania.ru/articles/57301/Protivostoyanie_Prinuzhdenie_k_miru.htm
9. Battlefield 2: Bad Company 2 // EA Digital Illusions CE. Electronic Arts, 2010.
10. Call of Duty: Modern Warfare // Infinity Ward. Activision, 2007.
11. Call of Duty: Modern Warfare 2 // Infinity Ward. Activision, 2009.
12. Call of Duty: Modern Warfare 3 // Infinity Ward. Activision, 2011.
13. Command & Conquer: Red Alert // EA, Westwood. Electronic Arts, 1996.
14. Command & Conquer: Red Alert 2 // Westwood Pacific. EA Games, 2000.
15. Command & Conquer: Red Alert 3 // EA Los Angeles. Electronic Arts, 2008.
16. Frontlines: Fuel of War // Kaos Studios. THQ, 2008.
17. Johnson R. Call of Duty: Modern Warfare 2 destroys records in first day sales rampage, pulls in \$310M // NY Daily News. URL: <http://www.nydailynews.com/news/money/call-duty-modern-warfare-2-destroys-records-day-sales-rampage-article-1.417049>
18. List of Red Alert 3 units. URL: http://cnc.wikia.com/wiki/List_of_Red_Alert_3_units

19. Soviet March – Red Alert 3. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=gA95GUPX8Ok>
20. World in Conflict: Soviet Assault // Massive Entertainment. Ubisoft, 2009.

Russia as an aggressor in modern computer games

Stanislav O. Osekin

Postgraduate,
Faculty of foreign languages and area studies,
Lomonosov Moscow State University,
119991, 1-52 Leninskie Gory, Moscow, Russian Federation;
e-mail: stasosekin@gmail.com

Abstract

The primary focus of this study is an image of Russia and Russian people in the modern video and computer games. Through an analysis of the Russian national stereotypes and cliches in the series of the world top computer games, the article demonstrates how they portray the country as an aggressor ready to initiate military actions whenever possible and striving for the world supremacy.

Further, it expands that the most popular and highest rated best-selling games use and abuse the stereotype. Moreover, some developers introduce stereotypically defined behaviours for comedic effect intentionally while others take those stereotypes seriously.

As it concludes, the author provides insight into the nature of the phenomenon highlighting some reasons and suggests ways to break through the negative tendency. At present Russia's computer and video game industry needs to produce a steady stream of high quality games to overturn the prevailing stereotype. As the country continues to strengthen its role in the world arena and the games continue to expand its nature and impact, the latter can become a powerful tool of outreach to the global audience introducing positive ideas about Russia in a rather subtle way not to affect their sales and popularity.

For citation

Osekin S.O. (2016) Rossiya kak agressor v sovremennykh komp'yuternykh igrakh [Russia as an agressor in modern computer games]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 1, pp. 116-127.

Keywords

Computer games, video games, game science, national stereotypes, ethnic stereotype, stereotypes about Russia and Russians.

References

1. Aksenov P. (2009) "*Plokhie russkie*" vozvrashchayutsya v komp'yuternye igry ["Bad Russians" return to the computer games" BBC]. Available at: http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2009/11/091119_russia_game_modernwar-fare.shtml [Accessed 19/10/15].
2. Associated Press (2010) *Plokhie russkie – stereotip komp'yuternykh igr* [Bad Russians and computer games stereotype] [GORDON VAN DYKE (2010) Interview. [TV] RT – INO TV. 8th January]. Available at: <http://inotv.rt.com/2010-01-11/Plokhie-russkie---stereotip-kompyuternih> [Accessed 14/11/15].
3. Bastrykin V.S. (2012) Formirovanie obraza Rossii kak vruga v massovom soznanii zapadnogo obshchestva: istoriya i sovremennost' [Formation of the Russian image as an enemy in mass consciousness of the western society: history and modernity]. *Materialy Vseross. nauch.-prakt. konf. "Rossiiskii politicheskii protsess v regional'nom izmerenii: istoriya, teoriya, praktika"* [Proc. national appl. research conf. "Russian political process in a regional aspect: history, theory, practice"]. Barnaul, pp. 10-13.
4. Belyantsev A.E., Gershtein I.Z. (2010) Obraz strany cherez komp'yuternuyu igru: istoriko-politicheskii aspekt [An image of the country through the prism of computer games: historical and political aspects]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo* [Bulletin of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod], 6, pp. 279-283.
5. Chugrov S.V. (1993) *Rossiya i Zapad: metamorfozy vzaimovospriyatiya* [Russia and the West: metamorphosis of the mutual understanding]. Moscow: Nauka Publ.

6. Donets P.N. (2001) K tipologii stereotipov [On typology of stereotypes]. In: Grishaeva L.I. (ed.) *Sotsial'naya vlast' yazyka* [Social power of the language]. Voronezh: Voronezhskii gosudarstvennyi universitet Publ., pp. 183-187.
7. EA LOS ANGELES (2008) *Command & Conquer: Red Alert 3*. PC, Xbox 360, PlayStation 3. Electronic Arts Inc.
8. Hannigan J. (2008) *C&C Red Alert 3 Theme – Soviet March*. Electronic Arts. Available at: <http://www.youtube.com/watch?v=gA95GUPX8Ok> [Accessed 04/11/16].
9. INFINITY WARD (2007) *Call of Duty 4: Modern Warfare*. Multiplatform. Santa-Monica: Activision Inc.
10. INFINITY WARD (2009) *Call of Duty: Modern Warfare 2*. Multiplatform. Santa-Monica: Activision Inc.
11. INFINITY WARD, SLEDGEHAMMER GAMES, RAVEN SOFTWARE (2011) *Call of Duty: Modern Warfare 3*. Multiplatform. Santa-Monica: Activision Inc.
12. Johnson R. (2009) Call of Duty: Modern Warfare 2 destroys records in first day sales rampage, pulls in \$310M. *NY Daily News*, 12th Nov. Available at: <http://www.nydailynews.com/news/money/call-duty-modern-warfare-2-destroys-records-day-sales-rampage-article-1.417049> [Accessed 17/01/16].
13. Kalmykov V.A. (2014) Obraz Rossii i industriya komp'yuternykh igr [Image of Russia and computer games industry]. *Materialy 1-i Mezhd. nauch.-prakt. konf. "Kommunikativnye platformy dlya sotsial'nykh i mediinykh innovatsii"* [Proc. 1st Int. appl. Research Conf. "Communication platforms for creating social and media innovations"]. Moscow: Media industry academy, pp. 87-91.
14. KAOS STUDIOS (2008) *Frontlines: Fuel of War*. Microsoft Windows, Xbox 360. THQ.
15. MASSIVE ENTERTAINMENT (2007) *World in Conflict: Soviet Assault*. Windows. Sierra Entertainment.
16. EA DIGITAL ILLUSIONS CE (2010) *Battlefield 2: Bad Company 2*. Windows, PlayStation 3, Xbox 360, iOS, Android, Fire OS. Electronic Arts Inc.
17. WESTWOOD STUDIOS (1996) *Command & Conquer: Red Alert*. PC, PlayStation. Virgin Interactive.

18. WESTWOOD PASIFIC (2000) *Command & Conquer: Red Alert. 2* Microsoft Windows. Electronic Arts Inc.
19. WIKIA *List of Red Alert 3 units*. Available at: http://cnc.wikia.com/wiki/List_of_Red_Alert_3_units [Accessed 07/02/16].
20. Yanovich I. (2009) Protivostoyanie: Prinuzhdenie k miru [Confrontation: Peace enforcement]. *Igromania* [Game addiction], 1 (136). Available at: http://www.igromania.ru/articles/57301/Protivostoyanie_Prinuzhdenie_k_miru.htm [Accessed 15/02/16].