

Адрес статьи / To link this article: <http://cat.ifmo.ru/ru/2019/v4-i3/199>

## Игровой сеттинг поля политики

О.В. Сергеева

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

[o.v.sergeeva@spbu.ru](mailto:o.v.sergeeva@spbu.ru)

**Аннотация.** Автор выносит на обсуждение ряд исследований, рассматривающих связь между гражданственностью, медиа-технологиями и компьютерной игрой. Игра является важным теоретическим принцип осмысления новых проявлений гражданской и политической активности. С одной стороны, современные элиты ожидают творческой «перезагрузки» поля политики от внесения игровых механик в социально-политическое вовлечение масс, с другой стороны, гражданские активисты используют игровой потенциал цифровизации, реализуя его в форме игровых приложений, привлекательной для современного человека. Диагностируя ситуацию, социальные аналитики расширяют критический дискурс, в центре которого геймификация общественного участия в начале XXI века. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 19-011-31375.

**Ключевые слова:** геймификация, компьютерные игры, казуальные игры, игровые приложения, политические взаимодействия, участие, гражданская активность, меритократия, либертарианский патернализм, клик-активизм

### 1. Введение

Современные медиа, интерактивные, сетевые, воплощенные в миниатюрных гаджетах, а потому находящиеся всегда «под рукой», действительно ли имеют потенциал для увеличения гражданской активности и демократизации структур политической власти? Помимо создания собственного контента активный гражданин второго десятилетия 2000-х может использовать игровые приложения, чтобы проявить свое социальное участие, например, в мониторинге мусора и загрязнения городской среды, в картографировании протеста, в поддержке дискриминируемых групп мигрантов и т.д. Медиа-технологии сегодня, став «ручными», способны поддерживать интенсивные повседневные политические коммуникации в гораздо большей степени, чем когда-либо прежде, причем делать это в игровой форме. Так мы приходим к пониманию, что медиа и гражданско-политическая активность могут соединиться в современной культуре посредством логики игры.

В эпоху, когда игра покинула детскую игровую площадку и проникла в области, традиционно воспринимаемые как неигровые, следует разобраться в изменившихся подходах к гражданскому участию и политике. Исследователи компьютерных игр, видя в игровых медиа фактор «переиначивания» культуры и идентичности, диагностировали тенденцию людификации [1]. По-новому звучат слова Марксова воззвания «игровой призрак бродит по миру» [2] и

интерпретируется расстановка общественных сил «игра становится такой же важной в культурной экономике, как работа в индустриальной экономике» [3, p. 263].

Людификация + гражданский и политический активизм — следует ли рассматривать этот опыт как новый способ участия граждан, релевантный изменившемуся социотехническому ландшафту, или, скорее, как сохранение доминирования приспособляющейся к этому ландшафту власти? Данная статья разбирает несколько подходов, каждый из которых проливает свет на то, как сегодня соединяются игровые элементы, цифровые медиа и гражданско-политическое участие.

Отправной точкой для идей данного текста является изменяющееся представление о гражданственности в нашей цифровой медиа-культуре. Современные активные граждане все чаще выражают свою политическую и гражданскую активность разными игровыми способами так, что укореняется явление, названное «игровой гражданственностью» [4].

В социологии XX века хорошо изучена роль масс-медиа в социальной мобилизации граждан, однако сегодня используются не массовые, а персонализированные цифровые технологии, в ряду которых оказались и компьютерные игры, пришедшие на смену рациональными и вербальным практикам убеждения и вовлечения. Игры как новые гражданские медиа обладают художественными (зрелищными) характеристиками. Соответственно, нам также необходимо пересмотреть гражданское и политическое участие как нечто, включающее игровой компонент, и прояснить, что означает понятие «игровая гражданственность».

## **2. Клик-активизм / псевдоучастие / глупая или чепуховая гражданственность**

Гражданское участие можно охарактеризовать как активность, посредством которой граждане пытаются влиять на правительство таким образом, чтобы оно предпринимало желательные для них действия [5, p. 146]. Цифровые медиа вызвали всплеск интереса гражданскому участию, что обусловило новые исследовательские идеи о действиях активных граждан [6].

Укоренению гражданственности, которая специфически проявляется в использовании цифровых медиа, предшествовали более ранние способы взаимодействия граждан с полем политики. В обществе модерна благодаря СМИ политические организации, состоящие из активных и информированных граждан, а также корпорации лоббировали свои интересы и стратегически использовали информационные каналы. Это был тип гражданственности, основанной на правах человека, где инструменты гражданского участия преимущественно включали голосование, агитацию, участие в демонстрациях, контакты с избранными представителями, вступление в политические организации, доступ к судебной системе и т.д.

Но в 90-е гг. XX в. американский исследователь медиа М. Шадсон обосновал появление новой модели гражданственности, пришедшей на смену классической современной модели хорошо информированного, пользующегося своими правами гражданина. По мнению М. Шадсона каждый год все меньше граждан регулярно следят за государственными и общественными делами или даже думают, что должны это делать. Появилось поколение циников и скептиков, которые предполагают, что значимое участие в политике теперь находится за пределами понимания обычного гражданина [7].

Наконец, цифровые медиа XXI в. также инициировали переосмысление гражданственности и участия. В контексте исследований молодежных онлайн-практик аналитики коммуникации Беннетт, Уэллс и Фрилон определили рост того, что они назвали «актуализируемой гражданственностью» [8]. Самовыражение пользователя, эмоциональная вовлеченность и внутренняя мотивация являются ключевыми элементами в сообществах, поддерживаемых через онлайн-социальные сети. Эти исследователи сравнивают «коллективные действия» гражданского участия прошлых десятилетий, характеризующиеся высоким уровнем организации и коллективной идентичностью, со «связующими действиями (connective actions)» современного участия, суть которого — персонализированный обмен контентом, лавинообразно нарастающий в периоды акций и конфликтов [9]. Цифровые медиа формируют то, как мы объединяемся и чувствуем себя частью групп и сообществ.

Другие авторы также обращали внимание на вовлечение гражданского общества через различные медиа в повседневных практиках политического участия, характеризующего текущий момент, по сравнению с формализованной институциональной политикой прошлого. С помощью цифровых медиа «сетевая публика» может вовлекаться в общие проблемы и приобщаться к объектам, вызывающим озабоченность [10, 11]. Технологии позволяют людям коллективно отслеживать проблемы и действовать в соответствии с ними. Шадсон называет этот вид гражданского вовлечения «гражданским наблюдением» (7, р. 311-312). В этом меняющемся ландшафте опосредованного технологиями гражданства люди все чаще испытывают чувство разделения коллективных забот и ответственности за сложные (городские) проблемы [12].

В то же время Дж. Хартли считает, что сегодня можно говорить о появлении «глупого гражданства» [13], в котором забавные случаи, ироничные замечания, вирусные видео и другие проявления медиа, допускающих игривый настрой или включение игровых элементов, привлекают внимание людей в медиатизированном политическом ландшафте. Дж. Хартли замечает: «Это очень театрално и нарочито. Это забавная штука для DO IT YOURSELF-граждан, многие из которых очень юны, и таким образом они проявляют свою индивидуальность и заинтересованность в общении» [13, р. 241]. Гражданское участие, таким образом, сегодня все больше понимается как нечто сфокусированное на личном опыте и эмоционально заряженных социальных сетевых контактах. Критики подчеркивают: медиа отвлекают внимание от реальных проблем и втягивают людей в псевдоучастие, граничащее с «притворством» [14, 15].

Новые формы распространения и цифровое «я», появившиеся в цифровой век трансформируют наши чувства принадлежности и идентичности. Игра является важным элементом для понимания изменений в процессах социально-политической идентификации.

### 3. Казуальные политические игры

Хотя упомянутые выше авторы придерживаются очень критической точки зрения на специфику гражданского участия посредством игровых приложений или компьютерных игр с политическим сюжетом, голландский аналитик медиа А. Геккер ставит менее алармистский диагноз [16]. Он берет за основу концепцию «казуальных игр» Й. Юула [17] и развивает идеи о новом типе участия — о «казуальных политических играх».

В исследовании феномена «казуальных игр» Й. Юул подчеркивает, что возрастающее количество этого типа игр сделало игровую практику доступной и приемлемой для множества платформ и устройств. Сегодня, как отмечает Й. Юул, «играть в видеоигры стало нормой; не играть в видеоигры — исключение» [17, р. 8]. Согласно Й. Юулу, термин «казуальная игра» оформился в течение последних двух десятилетий для того, чтобы обозначить тип развлекательного программного обеспечения, направленного на массовую аудиторию, а не только на «продвинутых» любителей компьютерных игр. Генеалогия казуальной игры может быть найдена в бытовании карточных игр, таких как «Солитер», и семейных настольных игр, таких как «Лото». Этот термин часто противопоставляется термину «хардкорные» игры с их игроками, заинтересованными в развитии сложных навыков, готовыми посвятить себя длительным игровым сессиям и овладению сложной игровой механикой. Казуальная игра — это важный сдвиг парадигмы в культуре компьютерных игр, который, с одной стороны, отразил попытку производителей игр охватить более широкую аудиторию, с другой — растущее знакомство аудитории с цифровыми игровыми интерфейсами. Й. Юул отмечает, что с точки зрения рынка, современная «хардкорная» игровая индустрия — которая ориентирована на погруженных в игру, умелых игроков, могущих посвятить время и усилия овладению игрой — достигла насыщения. Доступность простых цифровых игр на различных гаджетах (от часов до переносных консолей) превратило игры в обычное времяпрепровождение миллионов людей. По мере того, как простые казуальные игры становятся языком общения для цифровых пользователей, определенные способы поведения, связанные с данными играми, распространяются в качестве доминирующих.

По мнению А. Геккера, принимающего идеи Й. Юула, есть четыре свойства казуальных компьютерных игр:

- интуитивно понятный и «сочный» интерфейс, что проявляется в четком определении игровых целей и немедленном подтверждении действий игрока в достижении этих целей (надписи, аплодисменты, гул разочарования и т.п.);
- прерываемость игры, а значит игровой сеанс не требует больших затрат времени (много мини-сессий);
- терпимость к ошибкам — игра строится таким образом, что не нужно повторять процесс, если что-то пошло не так;
- тенденция к вовлечению социальных связей игрока, бонусы для приглашения в игру друзей или семьи.

Эти свойства обнаруживают себя и в игровых приложениях, нацеленных на геймификацию гражданско-политических взаимодействий. Например, в российских кейсах «Активный гражданин», «Чистые игры» и др. мы видим, следуя логике Геккера, красочный («сочный») интерфейс; сессионную прерываемость, поскольку пользователя ориентируют на решение проблемы; здесь есть также страховка от ощущения неудач за счет постоянного общения (удовольствие от общения); воплощено также привлечение сетей единомышленников. Благодаря игровым приложениям, ориентированным на гражданско-политическое вовлечение, пользователи следят и выходят на связь по тем вопросам, которые для них актуальны, внося вклад в каждом случае в соответствии со своим временем и ресурсами.

Термины «слактивизм» или «клик-активизм» подчеркивают минимизированное усилие, свойственное, по мнению его критиков, компьютерному политическому участию [18]. Вместо этого А. Геккер предлагает термин «казуальные политические игры» как более нюансированную альтернативу пессимистическому взгляду на современный тип гражданственности. Принимая во внимание вышеупомянутые характеристики казуальных компьютерных игр, термин А. Геккера обозначает обыденный, системно незапланированный, возникающий из низовой самоорганизации способ поведения, что снимает бинарную оппозицию серьезной и несерьезной политики.

#### 4. Либертарианский патернализм

В. Майер-Шенбергер и К. Кукьер утверждают, что, работая с большими данными, мы способны увидеть случайные зависимости, но не причинно-следственные связи [19]. Наши цифровые следы, как раз и составляющие для аналитиков большие данные, являются основой геймификации, поскольку благодаря «следам» возможно учитывать активность человека и стремиться ее поддерживать, направляя поведение через бонусы, рейтинги и т.п. В эпоху больших данных и геймификации аналитики переключили свое внимание с того, что потребители думают о брендах и продуктах (в сфере политики — об идеологии, партиях, лидерах). Причины предпочтений и выбора уже не так важны, и вопросы «почему?» или «как?» запечатаны в «черные ящики». Основное внимание маркетологов, менеджеров, политтехнологов уделяется количественным результатам действий людей, а именно — зависимости между стимулами и частотой того или иного поведения граждан, избирателей/потребителей.

Со своим акцентом на видимом поведении геймификация, как кажется, является возрождением психологической школы бихевиоризма. Методы геймификации не соответствуют принципам рекламного вовлечения, поскольку они не направлены на изменение отношения граждан, а решают задачу подтолкнуть к действию без каких-либо долгих размышлений. В отличие от рекламы эпохи модерна геймификация опирается на достижения поведенческого маркетинга и методов управления. Простым примером такой техники является размещение продуктов в супермаркете: продукты с высокими ценами размещаются на полках перед глазами покупателей, а более дешевые продукты — внизу. Удобство расстановки подталкивает покупателей к выбору.

Такие методы поведенческого маркетинга недавно были описаны как «архитектура выбора» учеными-бихевиористами Р. Талером и К. Санстейном из Nudge [20]. Архитектура — в широком смысле, то есть принципы организации каких-либо элементов. Р. Талер и К. Санстейн

считают, что архитектура выбора несет ответственность за организацию контекста, в котором люди принимают решения, и что нет такой вещи, как «нейтральный дизайн» [20]. Это значит, что любой дизайн должен быть сделан осознанно, с прицелом на ожидаемый поведенческий эффект.

Системы геймификации часто предполагают создание архитектуры выбора: программы для часто летающих пассажиров, например включают варианты для участников инвестировать свои премиальные мили в услуги и продукты компаний-партнеров. Премиальные мили работают так же, как валюта. Но они отличаются от денег по крайней мере в двух основных аспектах: с одной стороны, они не могут быть потрачены анонимно, и каждая инвестиция создаст новые данные, которые маркетологи могут мониторить. С другой стороны, они не могут быть потрачены на все, а только на продукты и услуги, которые были определены. Премиальные мили можно инвестировать только в стратегически разработанную микроэкономику деловых партнеров. Таким образом, участники геймифицированных практик могут выбирать только между предоставленными им опциями. И эти опции встроены в тщательно выстроенную архитектуру выбора.

Архитектуры геймификации и выбора связаны одной и той же задачей: целенаправленно влиять на поведение людей. Оба метода направлены не на изменение представлений, а только на видимые и измеримые показатели поведения. Р. Талер и К. Санстейн выводят политический стиль управления из своих бихевиористских идей — либертарианский патернализм. Хотя на первый взгляд этот концепт может показаться парадоксальным, но из их наблюдений четко следует, что невозможно не делать выбор в любой конкретной социальной ситуации. Причем либертарианский патернализм подразумевает, что, например, государство предоставляет своим гражданам свободу выбора, но разрабатывает допустимые варианты таким образом, чтобы граждане действовали по намеченному «архитекторами» направлению. Осуществляющие выбор должны чувствовать себя свободно, но их поведение регулируется. Этот принцип знаком всем игрокам компьютерных игр: варианты выбора в большинстве игр весьма ограничены, но некоторые хорошо скрывают эти ограничения, создавая у игрока иллюзию свободы.

Для Р. Талера и К. Санстейна не существует противоречия между свободой и регулированием: «Либертарианский аспект наших стратегий заключается в прямом утверждении, что, в общем, люди должны быть свободны делать то, что им нравится — и отказаться от нежелательных условностей, если они хотят это сделать ... Мы стремимся разработать политику, которая поддерживает или увеличивает свободу выбора... Патерналистский аспект заключается в утверждении, что для избранных архитекторов является законным попытаться повлиять на поведение людей, чтобы продлить их жизнь, сохранить здоровье и благополучие. Другими словами, мы выступаем за сознательные усилия, предпринимаемые институтами частного сектора, а также правительством, чтобы ориентировать выбор людей в направлении, которое улучшит их жизнь» [20, р. 5].

Подобно архитектуре выбора, геймификация рассматривается ее сторонниками как средство, способное сделать социальный мир лучше, как это особенно заметно в выступлениях и публикациях гейм-разработчика Дж. МакГонигал: «Что, если бы мы решили использовать все, что мы знаем об игровом дизайне, чтобы исправить что-то, что не так с реальностью?» [21, р. 7]. Согласно Дж. МакГонигал геймификация обладает потенциалом мотивировать каждого человека вести себя более ответственно, лучше справляться с проблемами, правильно питаться, следить за здоровьем и т. д. Но большинство методов геймификации влечет за собой наблюдение. Е. Морозов упоминает особенно яркий пример в книге «Чтобы спасти все, нажмите здесь» [18, 2]: BinCam, геймифицированная мусорная корзина, которая фотографирует выброшенные в нее отходы, затем публикует их в Интернете и присуждает баллы за правильное разделение при выявлении нежелательного поведения. Для Е. Морозова [18, р. 1–6] этот и другие методы геймификации являются примерами того, что он называет «технологическим регуляционизмом (solutionism)» — верой в то, что технологические инновации не только решают все возможные проблемы, но также тенденцией идентифицировать все ситуации и состояния в качестве проблем, требующих экспертного технологического решения.

## 5. Игровая меритократия

Меритократия является одним из ключевых принципов воспроизводства неолиберальной государственности. Через риторику о «равных возможностях» неолиберальная меритократия узаконивает социальные и экономические неравенства и поощряет индивидуализм и конкуренцию [22]. Возможно выявить интенсивные резонансы этого неолиберального измерения в парадоксах геймификации.

Во многих компьютерных играх осевой идеей является конкурентоспособность героев, которым противостоит окружающий мир, а в игровых действиях акцентирована желательность / необходимость быть лучшим. Возможность соревноваться с другими игроками (часто — друзьями) определяется как часть предлагаемого опыта: «бросьте вызов другу». Хотя кооперативные игровые режимы также часто разрабатываются, но они обычно предполагают создание команд, конкурирующих с другими командами и / или с остальным окружением в вымышленном мире игр. Это согласуется с идеей, что неолиберализм не противостоит социальным группам (семье, коллективу), а скорее оппонирует идее «сообщества» и общинного сотрудничества в широком смысле [22, p. 61].

Геймификация транслирует неолиберальный идеал общества, акцентируя конкурентоспособность и стремление быть «лучшим», следовательно мы можем найти меритократическую идеологию в геймификации поля политики. Взаимодействия, опосредованные игровыми элементами, подаются гражданам как мир, который предположительно «справедлив» в меритократическом неолиберальном смысле, поскольку усилия и навыки гражданина-игрока будут постоянно вознаграждаться (ваша судьба — в ваших руках). Хотя можно утверждать, что эти черты характерны для большинства спортивных игр, стоит отметить, что спорт уже в XX в. был осмыслен как идеализированное представление и идеологическое узаконивание капиталистического общества именно потому, что спорт моделирует систему, которая обещает ее игрокам справедливость, равные возможности и неравные результаты как следствие индивидуального таланта и усилий [23, p. 83–90].

Наконец, рассматривая неолиберальную меритократию как нарратив, который преувеличивает возможности социальной мобильности и объясняет ее как следствие индивидуальных талантов и усилий, мы можем понять, как геймификация поддерживает неолиберальный идеал общества, в котором каждый получает то, что он заслуживает, оставляя в стороне (забывая) структурные вопросы, социальные условия, неравенство и любые другие факторы, помимо личных заслуг, абсолютизируемых игровыми рейтингами, гонками, командными соревнованиями.

Отталкиваясь от этических размышлений Й. Хейзинги об игре по правилам, критики геймификации обсуждают потенциал сопротивления игровой меритократии в том, чтобы как раз не играть по правилам, «изгибать» или менять правила. Для Й. Хейзинги мошенничество разрушает культуру и цивилизацию, однако с тех пор было много случаев, продемонстрировавших, как трансгрессивные формы игры могут представлять и производить новые формы социальных и культурных инноваций, что, например, было сделано ситуационистским движением в конце 1950-х гг. Такие игровые практики, при которых граждане творчески взаимодействуют с правилами, изменяя их, могут привести к новым формам участия.

## 6. Заключение

Тот факт, что значительная часть нашего современного политического лексикона опирается на метафоры «соревнование», «гонка» или «игра» — не тривиальная вещь, поскольку метафоры, как напомнили нам Дж. Лакофф и М. Джонсон [24], являются чем-то большим, чем просто словами; они представляют наш опыт в мире, который формируется и обрамляется используемыми знаками. По мере того, как политическое становится все более медийным, игры превращаются во все более широко распространенный тип медиа, воплощающий в себе характеристики сетевого общества в целом. Происходит игровая колонизация сферы социальных действий. Медиатизация как изменение заключается в том, что некоторые сферы, которые раньше можно было выделить как самостоятельные институционализированные области, например,

политику, религию или экономику, все больше проявляют себя в зависимости от способа опосредования их коммуникаций.

В статье рассмотрены подходы к гражданственности в цифровую эпоху через технологизировавшуюся игру, при этом игра является одновременно эвристическим инструментом понимания гражданственности (оптика) и действиями гражданского и политического участия (практика). Эвристичность понятия «игровая гражданственность» в том, что оно открывает продуктивное пространство для реконцептуализации участия в постидентификационный век, выходя за пределы категорий групповой принадлежности (партии, движения), не всегда работающие сегодня. Игры как медиа предлагают новый набор терминов, чтобы пересмотреть сегодняшнюю политику и гражданское участие в более динамичной и процессуальной форме: такой же увлекательно-стимулирующей, зрелищной, проверяющей навыки как игра, как постоянное соревнование.

## 7. Благодарность

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 19-011-31375.

## Литература

- [1] Raessens J. The ludification of culture // *Rethinking gamification* / Ed. by M. Fuchs, S. Fizek, P. Ruffino, and N. Schrape. Lüneburg: meson press, 2014. P. 91-114.
- [2] Playful identities: The ludification of digital media cultures / Ed. by Frissen V., Lammes S., de Lange M., de Mul J., Raessens J. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015.
- [3] Rifkin J. The age of access: The new culture of hypercapitalism, Where all of life is a paid-for experience. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam, 2000.
- [4] The Playful Citizen: Civic Engagement in a Mediatized Culture / Ed. by Glas R., Lammes S., de Lange M., Raessens J., de Vries I. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2019.
- [5] Гончаров Д. В., Гоптарева И. Б. Введение в политическую науку. М.: Юрист, 1996.
- [6] Kligler-Vilenchik, N. Alternative citizenship models: Contextualizing new media and the new “good citizen” // *New Media & Society*. 2017. Vol. 19. No. 11. P. 1887-1903.
- [7] Schudson, M. The good citizen: A history of American civic life. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.
- [8] Bennett W. L., Wells C., Freelon D. Communicating civic engagement: Contrasting models of citizenship in the youth web sphere // *Journal of Communication*. 2011. Vol. 61. No. 5. P. 835-856.
- [9] Bennett W. L., Segerberg A. The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics // *Information, Communication & Society*. 2012. Vol. 15. No. 5. P. 739-768.
- [10] Marres, N. Material participation: Technology, the environment and everyday publics. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2012.
- [11] Networked publics / Ed. by K. Varnelis. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008.
- [12] De Lange M., de Waal M. Owning the city: New media and citizen engagement in urban design // *First Monday*. 2013. Vol. 18. No. 11.
- [13] Hartley J. Silly citizenship // *Critical Discourse Studies*. 2010. Vol. 7. No. 4. P. 233-248.
- [14] Morozov E. The net delusion: The dark side of internet freedom. New York: PublicAffairs, 2011.
- [15] Tufekci Z. Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest. New Haven, CT: Yale University Press, 2017.
- [16] Gekker A. Playing with power : Casual politicking a new frame for political analysis // *The Playful Citizen: Civic Engagement in a Mediatized Culture* / Ed. by Glas R., Lammes S., de Lange M., Raessens J., de Vries I. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2019. P. 387-419.
- [17] Juul J. A casual revolution: Reinventing video games and their players. Cambridge, MA: The MIT Press, 2010.
- [18] Morozov E. To save everything, click here: The folly of technological solutionism. New York: PublicAffairs, 2014.
- [19] Майер-Шенбергер В., Кукьер К. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим. М.: Манн Иванов и Фербер, 2013.
- [20] Талер П., Санстейн К. Nudge. Архитектура выбора. М.: Манн Иванов и Фербер, 2017.
- [21] McGonigal J. Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world. New York: Penguin Press, 2011.
- [22] Littler J. Meritocracy as plutocracy: the marketising of ‘equality’ within neoliberalism // *New Formations: a journal of culture/theory/politics*. 2013. Vol. 80-81. P. 52-72.
- [23] Fiske J. Television culture. New York: Routledge, 1987.

- [24] Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004.

## Game Setting of Political Field

O.V. Sergeeva

St. Petersburg University, Russia

**Abstract.** The report study was funded by RFBR and EISR according to the research project № 19-011-31375. The author discusses a range of studies examining the relationship between citizenship, media technology, and computer games. Computer game is an important theoretical focus of understanding new manifestations of civic and political activity. On the one hand, contemporary elites expect a creative “reset” of the political field from introducing game mechanics into the social and political engagement of the masses, on the other hand, civic activists use the digitalization game potential realizing it in an attractive form of game applications. Social scientists broaden the critical discourse aimed to the gamification of public participation at the beginning of the 21st century.

**Keywords:** gamification, computer games, casual games, game apps, political interactions, participation, civic activism, meritocracy, libertarian paternalism, click activism

## References

- [1] Raessens, J. (2014) The ludification of culture. Rethinking gamification. Ed. by M. Fuchs, S. Fizek, P. Ruffino, and N. Schrape. Lüneburg: meson press. pp. 91-114.
- [2] Frissen, V., Lammes, S., de Lange, M., de Mul, J., Raessens, J. eds., (2015) Playful identities: The ludification of digital media cultures / Ed. by Amsterdam: Amsterdam University Press.
- [3] Rifkin, J (2000). The age of access: The new culture of hypercapitalism, Where all of life is a paid-for experience. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam.
- [4] Glas, R., Lammes, S., de Lange, M., Raessens, J., de Vries, I., eds. (2019) The Playful Citizen: Civic Engagement in a Mediatized Culture / Ed. by Amsterdam: Amsterdam University Press.
- [5] Goncharov, D. V., Goptareva, I. B. Vvedenie v politicheskuyu nauku [Introduction to Political Science]. M.: Jurist, 1996. In Russian
- [6] Kligler-Vilenchik, N. (2017) Alternative citizenship models: Contextualizing new media and the new “good citizen”. *New Media & Society*. Vol. 19. No. 11. pp. 1887-1903.
- [7] Schudson, M. (1998) The good citizen: A history of American civic life. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- [8] Bennett, W. L., Wells, C., Freelon, D. (2011) Communicating civic engagement: Contrasting models of citizenship in the youth web sphere. *Journal of Communication*. Vol. 61. No. 5. pp. 835-856.
- [9] Bennett, W. L., Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*. Vol. 15. No. 5. pp. 739-768.
- [10] Marres, N. (2012) Material participation: Technology, the environment and everyday publics. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- [11] Varnelis, K. eds., (2008) Networked publics. Cambridge, MA: The MIT Press.
- [12] De Lange, M., de Waal, M. (2013) Owning the city: New media and citizen engagement in urban design. *First Monday*. Vol. 18. No. 11.
- [13] Hartley, J. (2010) Silly citizenship. *Critical Discourse Studies*. Vol. 7. No. 4. pp. 233-248.
- [14] Morozov, E. (2011) The net delusion: The dark side of internet freedom. New York: PublicAffairs.
- [15] Tufekci, Z. (2017) Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest. New Haven, CT: Yale University Press.
- [16] Gekker, A. (2019) Playing with power : Casual politicking a new frame for political analysis. *The Playful Citizen: Civic Engagement in a Mediatized Culture*. Glas R., Lammes S., de Lange M., Raessens J., de Vries I., eds. Amsterdam: Amsterdam University Press. pp. 387-419.
- [17] Juul, J. (2010) A casual revolution: Reinventing video games and their players. Cambridge, MA: The MIT Press.
- [18] Morozov, E. (2014) To save everything, click here: The folly of technological solutionism. New York: PublicAffairs.
- [19] Mayer-Schönberger, V., Cukier, K. (2013) Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think. Houghton Mifflin Harcourt.

- [20] Thaler, R. H., Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
- [21] McGonigal, J. *Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world*. New York: Penguin Press, 2011.
- [22] Littler, J. (2013) Meritocracy as plutocracy: the marketising of 'equality' within neoliberalism. *New Formations: a journal of culture/theory/politics*. Vol. 80-81. pp. 52-72.
- [23] Fiske, J. (1987) *Television culture*. New York: Routledge.
- [24] Lakoff, G., Johnson, M. (1980) *Metaphors we live by*. Chicago, IL: University of Chicago Press.