УДК 316.653(=161.3):004.9

Н. Н. Сечко
кандидат социологических наук, доцент,
старший научный сотрудник Института социологии НАН Беларуси

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ: ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ БЕЛОРУСОВ

Наш век насыщен различными инновациями, нанотехнологиями, которые стали неотъемлемой частью жизни современного общества. Интернет – это не просто новая технология, позволяющая общаться вне обычных пространственных границ и временных ограничений, но и новое информационное пространство, а для многих – среда обитания, новая форма реальности. В силу наличия спроса в Беларуси стремительно растет пропускная способность внешних каналов доступа в сеть Интернет: 2009 г. – 23 Гбит/сек., 2010 г. – 67 Гбит/сек., 2011 г. – 200 Гбит/сек., 2012 г. – 350 Гбит/сек., 2013 г. – 480 Гбит/сек. [1, с. 65].

Стремительно растет охват Интернетом белорусского населения. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2009 г. на 1 тыс. чел. населения приходилось 467 абонентов сети Интернет, а в 2013 г. – уже 996 абонентов. За последние четыре года в Беларуси в 2 раза выросла численность населения, использующего стационарный доступ в Интернет, и в 2,5 раза – использующего беспроводной доступ. Итак, на конец 2013 г. более 8,5 млн белорусов были абонентами Интернет [1, с. 66].

Рост интернет-аудитории подтверждают данные социологических исследований, проводимых Институтом социологии НАН Беларуси в режиме мониторинга. Они показывают, что если в 2005 г. лишь около 8 % городских жителей Беларуси, кроме минчан, получали информацию о событиях в стране и мире из Интернета, то в 2013 г. этот показатель увеличился до 60 %. Этап стремительного нарастания пользователей пройден, и интернет-аудитория уже будет прирастать незначительно, однако изменяются качественные характеристики использования возможностей, предоставляемых сетью.

Интернет-технологии трансформируют не только нашу трудовую деятельность, но и сферу досуга. Все чаще в свободное время мы находимся в интернет-пространстве, читая новости, смотря видео, слушая музыку и играя в онлайн-компьютерные игры. Согласно определениям большинства исследователей, досуг – это время, свободное от работы и рутинных домашних обязанностей, предназначенное для восстановления, расслабления, хобби, отдыха и т. д. Во время досуга человек занимается видами деятельности, которые служат как отдыху, так и развитию личности, удовлетворению потребности в развлечениях и общении. И если просмотр видеофильмов или увлечение музыкой общественное мнение воспринимает как вполне естественные способы проведения свободного времени, поскольку эти виды досуговой деятельности присущи человеку уже столетия, то в отношении компьютерных игр как вида досуговой деятельности общественное мнение противоречиво и неоднозначно – полно ярлыков и мифов.

Компьютерные игры приобретают все большую популярность: например, в России игровой рынок за два года продемонстрировал рост в 1,5 раза, при этом оборот игрового рынка в 2012 г. составил 1,3 млрд дол. и продолжает расти. Среди резидентов Парка высоких технологий в Беларуси работают компании-разработчики игр, пользующиеся мировой известностью.

В рамках одного из республиканских социологических опросов, проведенного в декабре 2013 – январе 2014 г. Институтом социологии НАН Беларуси, изучались: вовлеченность белорусского населения в компьютерные игры и рейтинг компьютерных игр, в которые играют белорусы; выявлялось, в разрезе основных социально-демографических групп, мнение о различных жанрах компьютерных игр и оценка их социального эффекта. Данные исследования основаны на республиканской территориальной выборке, ее объем – 1595 респондентов (от 16 лет и старше), выборка репрезентативна по полу, возрасту, образованию и регионам.

Из результатов исследования следует, что среди всего белорусского населения играют в компьютерные офлайн-игры (офлайн – без подключения к Интернету) – 15,6 %, в компьютерные онлайн-игры – 15,4 % (онлайн – с подключением к Интернету), в игры на игровой приставке (Sony Playstation, Xbox) – 1,4 % взрослого населения. Необходимо отметить, что в реальности вовлеченность населения в компьютерные игры еще выше, так как при проведении социологических исследований опрашиваются респонденты в возрасте 16+. Однако существует значительный сегмент игрового

Репозиторий БГПУ

***Таблица 1* – Классификация компьютерных игр, в которые играют белорусы в разных возрастных группах, %**

	Возраст респондентов, лет						В целом по играющим белорусам
	16–24	25–29	30–39	40–49	50–59	60 и старше	
Онлайн-игры (многопользовательские игры в Интернете)	59,3	54,4	35,8	15,4	10,0	14,0	34,8
Компьютерные игры (без подключения к Интернету)	61,2	52,7	42,0	44,1	23,6	16,0	43,8
В игры на игровой приставке (Sony Playstation, Xbox)	45,7	23,1	16,7	6,3	–	–	24,2

***Таблица 2* – Рейтинг онлайн-игр, в которые играет взрослое белорусское население (16 лет и старше) в зависимости от пола и возраста**

16–29 лет		30–49 лет		50 лет и старше	
Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
I место – World of Tanks	I место – World of Tanks	I место – World of Tanks	I место – мини-игры	I место – мини-игры	I место – мини-игры
II место – мини-игры	II место – мини-игры	II место – мини-игры	II место – Sims	II место – World of Tanks	II место – World of Tanks
III место – Dota 2	III место – Dota 2	III место – WoW	III место – World of Tanks	III место – нет	III место – нет

рынка, рассчитанный на обучающие-развивающие игры для детей в возрасте 4+, но в большинстве игр игровая аудитория обозначена как 12+, хотя в реальности она моложе. В проведенном нами опросе взрослого населения 10,4 % респондентов указали, что у них в компьютерные игры играют дети.

Наиболее активно в компьютерные игры играет белорусская молодежь (16–24 года и 25–29 лет) и представители средней возрастной группы (30–39 лет). С увеличением возраста снижается вовлеченность респондентов в мир компьютерных игр – если в компьютерные игры без подключения к Интернету играет каждый четвертый-пятый в возрастных группах 50 лет и старше, то в онлайн-игры (многопользовательские игры в Интернет) – только каждый десятый. При этом играющих в игры на игровой приставке (Sony Playstation, Xbox) представителей старших возрастных групп проведенное исследование не выявило (таблица 1).

Рейтинг онлайн-игр, в которые играют белорусы, выглядит следующим образом: первая рейтинговая позиция – мини-игры, вторая – World of Tanks, третью – разделили такие игры, как Counter Strike и Dota 2, однако доля поклонников данных игр значительно меньше, чем по первым двум рейтинговым позициям. Белорусские респонденты также играют в различные стратегии, Warcraft, Poker (online), Dota/2, Sims, GTA, Fifa, Need for Speed, Star Wars, World of Warcraft, Heroes и др. Рейтинг наиболее популярных у белорусов онлайн-игр в разрезе основных половозрастных групп представлен в таблице 2.

Представленные в таблице 2 данные демонстрируют гендерную специфику игровой индустрии. На первых рейтинговых позициях у белорусских мужчин в возрастной группе от 16 до 49 лет – одна из наиболее популярных мировых игр World of Tanks и только в старшей возрастной группе у мужчин от 50 лет и старше на первые рейтинговые позиции выходят более простые и спокойные мини-игры.

В отношении женщин, играющих в компьютерные игры, наблюдается несколько иная картина: в молодежной возрастной группе от 16 до 29 лет у белорусских женщин на первых рейтинговых позициях игра World of Tanks, а в средних и старших возрастных группах большей популярностью пользуются мини-игры.

Выявленная гендерная специфика в игровых предпочтениях во многом объясняется тем, что основная женская аудитория, с которой работают создатели игр, начинается с возраста «16+». Сегментация женщин, играющих в компьютерные игры, определяется в первую очередь не возрастом, а психологией и жизненной ситуацией женщины. Возрастные различия сильно проявляются в компьютерных играх для девочек младшего школьного возраста (они не играют в такие жанры компьютерных игр, как шутеры, то есть «стрелялки», уничтожение противников с помощью различного оружия и т. д., имитация управления военной техникой и т. д.). В предпочтениях основного массива играющих женщин (16–50 лет) преобладает совмещение различных игровых жанров.

Популярность мини-игр среди женской аудитории во многом объясняется тем, что пер-

Репозиторий БГПУ

воначально девочки начинают играть в простые и легкие мини-игры, затем игры подрастают вместе с ними за счет обновлений и различных версий-модификаций. Среди наиболее популярных мини-игр опрошенные белоруски указали на тетрис, Angry Birds, ферму и т. д. Это объясняется тем, что мини-игры не требуют большой вовлеченности, больших затрат времени, сил и внимания, позволяют добиваться множества мелких, но результатов-достижений, приносящих удовлетворение. Они яркие, красочные, помогают отвлечься, провести/«убить время».

Очень популярны у женской аудитории мини-игры в социальных сетях. Например, «Веселая ферма» – симулятор фермы, где нужно вести хозяйство, постепенно увеличивая свой товарооборот и имущество. Необходимо выращивать траву, овощи и фрукты, кормить и ухаживать за животными, перерабатывать продукты и продавать их. Есть трудности и препятствия (например, медведи), с которыми довольно легко справиться. Подобные игры на уровне генетической памяти связаны с женскими занятиями, которых современная городская женщина лишена в реальной жизни. Помимо этого они дают возможность видеть играющее социальное окружение и получать социальную легитимизацию данному виду досуговой деятельности.

Более чем у 50 % белорусских женщин, по данным соцопросов, не хватает денежных средств на одежду, а создатели компьютерных игр умело используют это, позволяя в своих играх удовлетворить данную нереализованную потребность. Во многих играх для женщин есть функции, позволяющие осуществлять покупку-смену одежды, костюмов персонажей, а также функции изменения внешнего вида, приближения к идеальным представлениям о женской красоте и сексуальности. Игры дают возможность уходить в сказочные миры, эпохи, где предлагаются различные возможности изменения внешности героини, смены макияжа, причесок и т. д. Смена образа дает преимущества в игре, пусть даже мелкие (например, меняет отношение окружающих, статус героини в зависимости от костюма и т. д.), что повышает мотивацию и стимулирует инвестировать в игру реальные деньги.

В играх, в которые играют женщины, преобладают сексуальные героини, сказочные нейтральные персонажи (эльфы и т. д.). Они не идентифицируют себя с ярко выраженным мужским персонажем (перекаченный мутант в шрамах и т. д.).

У белорусских женщин психологическое состояние менее устойчивое, чем у мужчин. По данным соцопросов, только 1/3 из них чувствуют себя «нормально, уверены в себе», а у остальных периодически бывает неустойчивое психологическое состояние. В женских играх у персонажей есть настроение (например, The Sims Medieval), либо персонажи четко делятся на «добрых и злых».

По данным соцопросов, только 20 % белорусских женщин полностью удовлетворены своими жилищными условиями. Во многих играх предусмотрена функция улучшения своих жилищ-владений (отдельных комнат, домов, замков, ферм, земельных владений и т. д.). У них есть потребность о ком-то заботиться, поэтому во многих играх надо удовлетворять потребности персонажей (пища, бодрость и т. д.)

Женская игра не должна быть сложной. Женщина-новичок не будет долго ждать и упорно добиваться результатов. Она уйдет из игры, если с самого начала не сможет достигать и получать мини-вознаграждения, мини-достижения. Женщины могут получить удовлетворение в игре за счет достижения простых, обычных результатов (вырастили цветы-овощи, сделали тортик и т. п.). Чем больше промежуточных достижений в игре, тем лучше (замок не захватила, но вырастили красивый сад и т. п.). Для них нет необходимости доказывать свое превосходство и самоутверждаться за счет силы, скорости, бойцовских качеств и т. п. Для мужчин в игре важно оружие (холодное, огнестрельное, лазерное и т. д.), военная техника и т. д., женщины могут играть, используя зелье, амулеты, волшебство, сказочных героев и т. д.

Женские игры дают возможность выстраивать неагрессивную стратегию игры, для женщины важнее защитить крепость от дракона, свой огород от медведя, чем захватывать и разрушать чужую крепость. Если есть настроение – будут нападать, но постоянной потребности в выбросе агрессии и получении дозы адреналина у женщин нет: скорее защищать, потом спасать и на последнем месте нападать, атаковать. В играх женщинам важнее получить подтверждение эффективности своих социальных навыков, умения общаться, строить отношения, быть проницательной.

У большинства женщин среди доминирующих жизненных ценностей и установок – любовь, семья, устройство своей личной жизни и т. д. Обществом санкционировано, что это основная сфера их реализации. Карьера и другие достижения необходимы в случае неудачи при реализации основных функций и ценностей, поэтому среди женщин популярны игры-«симуляторы жизни» (например, the Sims), позволяющие создавать людей, выстраивать их жизнь.

Репозиторий БГПУ

А в чем проявляется гендерная специфика у игроков-мужчин? Как следует из данных проведенного исследования, на первых рейтинговых позициях у белорусских мужчин в возрастной группе от 16 до 49 лет World of Tanks – одна из наиболее популярных мировых игр, а в возрастной группе от 50 лет и старше она на второй рейтинговой позиции. Почему сильная половина человечества так любит играть в войну? Меня как социолога всегда интересовал этот вопрос. Эта же проблема постоянно поднимается и в солидных зарубежных и отечественных исследованиях. На первый взгляд кажется, что это только дети, прячась в складках местности, изображают из себя великих воинов. Но нет, в разрезе возрастного и социального статуса респондентов мы видим, что в войну играют и руководители предприятий, и дедушки, успевшие повоевать в реальности. Следует отметить, что в статье мы рассматриваем мотивацию «нормального» мужчины-игрока, без отклонений в сторону игромании, поскольку таких адекватных пользователей среди игроков компьютерных игр на самом деле большинство. Но определенная доля людей, склонных к зависимости, была всегда, и здесь не надо путать причины и следствия. Такие индивиды и без компьютерных игр найдут себе зависимости из огромного списка соблазнов современной жизни (алкоголь, наркотики, спайсы, казино и т. д.).

Результаты последних международных исследований могут многих удивить: мужчины играют в компьютерные игры, потому что это физиологически необходимо. Работы профессора Дафна Бавелиера (Dr Daphne Bavelier) из Университета Рочестера или результаты исследований ученых университета Дикин (Австралия) свидетельствуют о позитивном влиянии компьютерных игр на здоровье. Недостаточно просто ходить в тренажерный зал и правильно питаться. Многие обеспеченные люди, ведущие размеренный, спокойный и здоровый образ жизни, далеко не всегда отличаются хорошим здоровьем, часто чувствуют неуверенность и неудовлетворенность. Многие отмечают проблемы в личной жизни. Оказалось, что еще нужна правильная доза адреналина. Адреналин – это глобальный допинг, на который человечество (и особенно его мужская часть) «подсело» за сотни тысяч лет переполненной опасностями истории. Война уже в генах. И вдруг жизнь стала легкой и комфортной (по крайней мере, по сравнению с многими предыдущими поколениями). Где брать адреналин и эндорфины?

Результаты медицинских исследований показали, что ответ на удивление прост. Нужно просто смоделировать опасные ситуации, в которых наши предки находились постоянно. Только играть мужчина должен сам, и билетом на футбол не откупишься. Игры подходят не всякие. Хорошая игра – охота или рыбалка. Но это тоже не всем доступно и отнимает такое количество времени и денег, которое даже сразу не вообразишь. Более доступными для подавляющей массы населения остаются компьютерные игры, чем и объясняется феноменальный рост их популярности. Игры мужчине нужно выбирать мужские. Исследования свидетельствуют, что лучшие результаты дают сетевые военные игры. Чисто компьютерные симуляторы никогда не обеспечат достойного соперника, так как волю, интеллект и эмоции им не смоделировать никогда.

В ходе исследований Института социологии НАН Беларуси проверялась гипотеза о том, насколько соответствуют действительности тиражируемые в некоторых средствах массовой информации стереотипы и мифы о компьютерных играх, в частности об их вреде. Результаты исследований выявили, что те, кто не играет сам в компьютерные игры и не имеет о них никакого реального представления (не знает жанров, не видел игровой интерфейс и т. д.), охотно воспроизводит стереотипы о том, что «компьютерные игры вредны и не приносят никакой пользы», «они, как и сотовые телефоны, облучают нас и могут вызвать многие заболевания» и т. д.

Респонденты, которые играют в компьютерные игры и имеют в своем социальном окружении игроков, и, соответственно, владеющие вопросами игровой индустрии, отмечают, что компьютерные игры как продукт очень дифференцированы. Респондентов просили оценить полезность/вредность, поставив баллы от 1 до 10 различным игровым жанрам, где 1 балл – это вредные компьютерные игры, а 10 – полезные. Полученные результаты выявили, что белорусы наиболее бесполезными/вредными считают шутеры («стрелялки», уничтожение противников с помощью различного оружия и т. п.) – им поставили 2,8 балла из 10 возможных и имитацию рукопашного боя (драки, борьба, избиения и т. п.) – им поставили 2,9 балла из 10 возможных.

Наиболее полезными белорусы считают игры, связанные с имитацией руководства предприятием (экономические игры, связанные с управлением, получением прибыли) – 5,8 балла, стратегии, имитация спортивной игры и имитация управления военной техникой (танки, самолеты, корабли и т. п.) – по 5,6 балла соответственно. При этом оценки, выставленные молодежной возрастной группой, значительно выше.

Репозиторий ВГПУ

Таблица 3 **– Мнение белорусов о социальном эффекте компьютерных игр**

Я считаю, что: ….	Все население РБ	16–29 лет	30–49 лет
Компьютерные игры дают людям равные возможности проведения досуга, так как возможность играть есть практически у каждого	42,0 %	61,3 %	47,6 %
Увлечение компьютерными играми снижает вероятность асоциального проведения свободного времени (алкоголизма, наркомании, азартные игры и т. д.)	36,7 %	46,7 %	39,3 %
Компьютерные онлайн-игры помогают общаться с людьми из разных стран, дают возможность практиковаться в использовании иностранного языка	33,6 %	51,1 %	34,9 %
Компьютерные игры позволяют попробовать себя в разных ролях, оценить потенциал своих способностей и интересов, развить интуицию и восприимчивость	33,3 %	49,1 %	36,5 %
Игры с военной тематикой, основанной на событиях Великой Отечественной войны, способствуют процессу патриотического воспитания молодого поколения	23,1 %	32,8 %	23,3 %
Компьютерные игры положительно влияют на психологическое состояние человека, дают возможность отвлечься, общаться, заводить новые знакомства и друзей	21,6 %	35,1 %	22,9 %

Таким образом, белорусы видят много положительных социальных эффектов компьютерных игр. Они отмечают, что компьютерные игры дают равные возможности для проведения досуга (42,0 % белорусов), увлечение ими снижает вероятность асоциального проведения свободного времени (36,7 % от выборки), помогают общаться с людьми из разных стран, дают возможность практиковаться в использовании иностранного языка (33,6 %), позволяют попробовать себя в разных ролях, оценить потенциал своих способностей и интересов, развивать интуицию и восприимчивость (33,3 %) (таблица 3).

Литература

1. Информационное общество в Республике Беларусь : стат. сб. / редкол. : В. И. Зиновский [и др.]. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2014. – 118 с.

Summary

Passion for computer games of Belarusian population is analyzed in the article on the basis of sociological monitoring of the Institute of Sociology of NAS of Belarus. Popularity rating of computer games is revealed in the context of the main socio-demographic groups.

Gender specific of motivation of gamers is considered. Public opinion on various genres of computer games and their social effect is studied.

Поступила в редакцию 20.12.2014 г.

Репозиторий БГПУ