

«СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ» ГЕЙМЕРА

*Работа представлена кафедрой культурологии СПбГУП.
Научный руководитель – доктор философских наук, профессор В. Г. Лукьянов*

Информационная революция и создание компьютерных технологий – важная веха в жизни человечества. Компьютерные технологии и компьютерная игра способствовали созданию субкультуры геймеров. Эта проблематика еще недостаточно освещена в отечественной социологии, что и определяет актуальность темы исследования.

Сообщество геймеров имеет сложную структуру – иерархия статусов, клановое деление и т. д. Представители субкультуры являются носителями особого субкультурного сознания и имеют ряд специфических социально-психологических и системных (игровых) особенностей.

Необходимо исследование субкультуры геймеров и проведение анализа социальных, психологических, культурных и системных особенностей ее типичного представителя, составление «социального портрета» геймера. Для создания социального портрета геймера были использованы данные собственного исследования (анкетирование, сплошной опрос всех пришедших в компьютерный клуб в день исследования – выборка составила 100 человек, 56 мужчин и 44 женщины, старше 12 лет). Дата проведения опроса: с 09.01.05 по 28.01.05 Место проведения: компьютерные клубы: «Дельта», «Казантип», «Тирекс», «ТрансФорс».

Information revolution and creation of computer technologies - a major landmark in a life of mankind. Computer technologies and a computer game promoted creation of subculture of gamers. This problematic is still insufficiently covered in domestic sociology, as defines an urgency of a subject of research.

The community of gamers has difficult structure – hierarchy of statuses, clan division, etc. Representatives of subculture are carriers special subculture consciousnesses, and have a number specific socially – psychological and system (game) features.

Research of subculture of gamers and carrying out of the analysis of social, psychological, cultural and system features of its typical representative, drawing up of « a social portrait ” gamer is necessary. For creation of a social portrait of the gamer data of own research (come to computer club in day research – sample has made questioning, continuous interrogation of all 100 persons, 56 men and 44 women, 12 years are more senior) have been used. Date of carrying out of interrogation: from 09.01.05 till the Place of carrying out: computer clubs: «Delta», «Kazantip», «Ti-Rex», «Trans-force».

Социум всегда неоднороден. Внутри любого социума есть социальные страты, способные при определенных условиях породить «особые культуры» (субкультуры), которые отличают одну страту от других в обществе. Информационное общество и развитие новых компьютерных технологий способствовали созданию целого ряда новых субкультурных явлений, требующих научного анализа. Одним из таких явлений стала субкультура геймеров, основой для которой послужил новый, альтернативный реальному мир, созданный человеком с помощью современных технологий, – «виртуальная реальность». Воплощением виртуальности стала компьютерная игра.

Как показал анализ данных собственного исследования, альтернативный мир притягателен для многих именно своей «виртуальностью». Компьютерные игры позволяют приобретать новые знания, тренируют память и реакцию (особенно симуляторы), выступают в качестве релаксирующего и компенсаторного средства. Виртуальность позволяет человеку создать свой собственный мир, претворив в жизнь любые фантазии, и «пожить» жизнью виртуального героя, тем более что современные нейросенсорные технологии (шлем, перчатки) создают эффект полного присутствия.

Высокий спрос на подобные развлечения стимулирует бурное развитие игровой

компьютерной индустрии и геймерского движения. Тем более что увлечение компьютерной игрой может стать профессиональным призванием. В последнее время российский киберспорт активно развивается. С другой стороны, это процесс приводит к целому ряду негативных последствий (зависимость от игры, нервные расстройства и негативное влияние компьютера на здоровье человека).

Эмпирической базой послужило собственное исследование автора – сплошной опрос пришедших в компьютерный клуб в день его проведения, анкета раздаточная. В генеральную совокупность вошли геймеры Выборгского района г. Санкт-Петербурга, старше 12 лет (категорию младше 12 лет нет смысла опрашивать, так как они практически не посещают компьютерные клубы и не имеют достаточного уровня игровых навыков).

Выборка составила 100 человек (56 мужчин и 44 женщины), старше 12 лет. Дата проведения опроса: с 09.01.05 по 28.01.05. Место проведения: компьютерные клубы: «Дельта», «Казантип», «Тирекс», «ТрансФорс».

А также проводилось сравнение этих данных с результатами аналогичного исследования Е. Л. Болескиной¹ и данных И. А. Бутенко².

Цель: создать «социальный портрет» геймера – некий образ, который будет отражать все основные черты человека, принадлежащего этой субкультуре.

К основным социально-демографическим характеристикам относятся: пол, возраст, занятость и социальный статус.

Пол. Большинство пользователей игровых программ – мужчины (см. табл. 1):

Таблица 1

Данные	Кол-во геймеров-мужчин, %	Кол-во геймеров-женщин, %
Собственные данные	56,0	44,0
Данные Е. Л. Болескиной	57,9	42,1
Данные И. А. Бутенко	90	10

На самом деле, профессиональных геймеров-женщин достаточно мало. Причины, по которым большинство на геймерских соревнованиях – мужчины, вполне очевидны. Дело совсем не в том, что женщины плохо играют в компьютерные игры, просто они имеют меньше свободного времени, так как они больше времени уделяют детям, ведут домашнее хозяйство и т. д.

Возраст. В научной литературе указан средний возраст геймера – 12–15 лет². Кстати говоря, следует отметить, что средний возраст геймера постоянно растет, так как те, кто начал сражаться в 1990-х гг. еще не ушли с поля боя. Вторая причина роста данного показателя заключается в том, что поскольку компьютерная игра официально признана видом спорта, что повысило требования к профессионализму геймеров (в связи с международными соревнованиями), то, естественно, что 12-летние геймеры просто не имеют соответствующей подготовки и опыта для таких соревнований. Исходя из всего вышесказанного, я считаю средним возрастом профессионального геймера – 17–26 лет.

Компьютерные клубы наиболее активно посещает возрастная категория 12–16 и 17–22 года. Это объясняется тем, что до 22 лет – период обучения и частичной занятости, процент ранних браков не велик, следовательно, от семейных проблем человек тоже свободен и больше времени может тратить на себя.

Занятость и социальный статус. Большинство геймеров работает или имеет дополнительный доход – 74% (по моим данным). Кроме того, геймеры, как правило, заняты в коммерческой сфере (две трети работающих). Отсюда, доход у них средний и выше среднего. Примерно в равной доле среди геймеров представлены студенты и учащиеся, они вместе составляют более половины всей совокупности. Оставшиеся 46% поделили специалисты, руководители (6%) и служащие (13%). Причем, процент специалистов (преобладают с техническим образованием) значительно превышает ру-

ководителей и служащих (специалистов – 23,2%). Другим важным следствием является приоритет ценности знания и саморазвитие – 96,7%. Среди социально-психологических установок можно выделить стремление к достижению материальных ценностей (эта ценность занимает 3,41-е место в шкале ценностей, см. ниже).

Впрочем, ценности постмодерна (деньги и рыночно-потребительские отношения) здесь вполне оправданы и даже уместны. Компьютерные игры – один из самых дорогостоящих видов досуга, что связано с определенным социальным статусом и доходом.

Социально-психологические характеристики были выявлены мною на основе анализа мотивов и ценностей изучаемой группы. В своей анкете я предложила респондентам проставить баллы от одного (самая незначительная ценность) до 6 (наиболее важная ценность) последовательно. Результаты приведены в табл. 2:

Таблица 2

Ценности	Ранг
Семья	4,61
Общечеловеческие ценности: любовь, дружба и др.	4,24
Материальное благополучие	3,41
Получение новых знаний, освоение новых технологий	3,06
Свобода получать любую информацию без ограничения	2,92
Духовное саморазвитие	2,75

Как видно из табл. 2, наибольшей ценностью является семья для абсолютного большинства респондентов. Впрочем, для разных возрастных категорий ранги будут отличаться. 49,2% активных геймеров, старше 18 лет, имеют семью. Кроме ценности семьи, следует указать ценность дружбы, любви и другие общечеловеческие ценности.

Примечательно, что ценность семьи у категории 17–22 года (на первом месте общечеловеческие ценности) занимает второе место, тогда как у других возрастных групп эта ценность стоит на первом месте. Впро-

чем, такая ситуация вполне логична, так как остальные категории в большей степени зависят от семьи.

Кроме вышеперечисленных ценностей, важно остановиться на вопросе отношения геймеров к новым технологиям. Геймеры – такая группа людей, которая на 100% освоила компьютерные технологии. Игры, совершенствуясь, начинают требовать все больше памяти, более современных конфигураций ПК и т. д., что заставляет геймеров постоянно совершенствовать «железо». На самом деле компьютер сам по себе представляет специфическую ценность для геймера. Во-первых, ПК – дорогостоящее оборудование (материальная ценность); способ общения с друзьями и культуuroобразующий фактор (духовная ценность). Но самая главная ценность ПК – он дарит возможность играть и «жить» в виртуальном мире. Кроме того, компьютер выступает как инвентарь для занятий спортом, а также является способом заработать деньги (на виртуальном поле боя) – 7%. Кроме игр, многие геймеры используют ПК для работы – 27%, в учебных целях – 13%.

Очень важный вопрос – вопрос самоопределения группы. 15% играющих считают себя геймерами (имеется в виду – высокий уровень игры), остальные либо затрудняются с ответом (26%), либо не считают свой уровень игры достаточным для геймера. В основном это связано с тем, что люди среднего возраста (31 и более) начинают реже играть, так как у них остается меньше свободного времени (семья) и появляются другие приоритеты в жизни (карьера).

Каждая субкультура имеет свою определенную картину мира, которая во многом определяет нормы и ценности данной субкультуры. Вот почему считаю необходимым рассмотреть картину мира субкультуры геймеров неразрывно с основными нормами и ценностями данной субкультуры.

Любая картина мира – это некое специфическое представление о мире, восприятие окружающей действительности, которое формируется субкультурой и разделяется

всеми ее членами. Она во многом определяет поведение, ценности, стереотипы, а также отношение к обществу, к инновациям, отражается в искусстве субкультуры и определяет отношение человека к труду, религии, досугу и т. д.

Активную жизненную позицию и готовность к переменам высказывают 78,3%, что, на мой взгляд, объясняет активную гражданскую позицию – 67%. Интересно, что эта цифра даже больше, чем у неиграющих (56,85%). Еще больший процент геймеров (90,9%) считают, что в нашей стране нужно создать больше возможностей для активного участия граждан в жизни общества. Все это, на мой взгляд, опровергает утверждения о том, что геймеры «живут» в своем виртуальном мире, а проблемы реальности их не касаются. Более того, я считаю, что сам

характер игр – постоянное преодоление препятствий, «прокачка» и др., все это делает геймера более целеустремленным и жизнестойким. Исследования показывают, что у игроков способности быстро адаптироваться в новых условиях намного выше (более 50%), чем у неиграющих людей (менее 40%).

Проблематика новых «виртуальных» субкультур (субкультура геймеров, субкультура хакеров, Интернет-субкультура), появившихся в результате развития компьютерных технологий, еще недостаточно освещена социальными науками и требует своего дальнейшего изучения. На мой взгляд, подобные исследования не только обогатят общую теорию субкультур, но и будут способствовать более глубокому изучению культурных процессов в обществе.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Болескина Е. Л. Потребители игровой компьютерной культуры // Социс. 2002. № 8. С. 85.

² Бутенко И. А. Подростки: чтение и использование компьютера // Социс. 2001. № 12. С. 84.