

Чулочникова Н. И.,

г. Екатеринбург

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ

Появление компьютерных игр для большей части мировой общественности оказалось неожиданным. У них нет предыстории в массовом сознании. Изначально компьютер предназначался лишь для высококвалифицированной работы по решению оборонных и другие исследовательских задач. Вычислительная техника у большинства ассоциировалась с идеями математики, логики, рациональности. Никто и не мог предположить, что компьютер станут использовать в абсолютно иррациональных целях (для игр). Первые примитивные компьютерные игры были разработаны в 50-х - 60-х годах. Но самой первой компьютерной игрой стал симулятор ракеты, созданный в 1947 году Т. Голдсмитом и И.Манном.[1]

Разработка игровых автоматов в 1970-х годах привела к так называемому «Золотому веку аркад». Не секрет, что наибольшей популярностью данное изобретение пользовалось у молодёжи. Именно они стали ядром целевой аудитории компьютерных игр. С конца 70-х начинают появляться первые графические игры для домашних компьютеров. В последующие годы компьютерные игры начинают развиваться бурными темпами. В начале 90-х игры приобрели привычный для современности вид (появление первых 3D игр, разработка новых жанров). Так уже к началу XXIв. в США и Европе было целое поколение людей, выросших на компьютерных и видео играх. В России же первые приставочные игры появились лишь в середине 80-х, а компании-разработчики – начиная с

середины 90-х годов. Таким образом, в нашей стране компьютерные игры ещё не прочно укоренились в культурных практиках. Они воспринимаются как забава для молодого поколения, однако порой и люди старшего возраста не брезгают подобным развлечением.

По данным Microsoft, на 98% персональных компьютеров мира установлена хотя бы одна игра, а игровая индустрия вот уже несколько лет является одной из самых динамично развивающихся [2]. Объяснение этому достаточно простое – компьютеры и игровые приставки все дешевеют, а желание человека развлечься не исчезает. Причем этому не способен помешать ни один экономический кризис. Уже давно замечено: чем хуже состояние экономики, тем больше денег люди тратят на недорогие развлечения, пытаясь как-то скрасить невеселую повседневную жизнь.

Как показало исследование С. Г. Давыдова и Т. А. Немудровой [3], около 28,34 млн. россиян (23,8%) в той или иной степени вовлечены в электронные игровые практики. В соответствии с распространенными представлениями, изучаемые игровые практики характерны в первую очередь для молодежи, а также представителей сильного пола. Результаты проведенного исследования подтверждают данный тезис. В численном выражении это выглядит следующим образом. Доля геймеров среди мужчин составляет 32,6%, в том числе 12% – активные геймеры. Наибольшая концентрация геймеров – в группе респондентов от 16 до 19 лет: наличие игровой деятельности зафиксировано у 62,1% опрошенных, в том числе 30,3% демонстрируют высокий уровень активности. С возрастом данный показатель снижается.

Особый интерес представляет то, какие игры наиболее популярны у молодёжи. Обратимся к нашему исследованию [4]. Выборка составила 300 опрошенных, - представителей учащейся молодёжи из различных образовательных учреждений: учащиеся школы и студенты вуза. Показательно, что больше половины всех опрошенных (66,0%) играют в компьютерные игры. Этот показатель значительно отливается от

аналогичного в исследовании С. Г. Давыдова и Т. А. Немудровой, что можно объяснить особенностями нашей выборки (исключительно молодёжь). Средний возраст респондентов, в котором они начали играть в компьютерные игры, по выборке составил 10 лет. Минимальное значение по выборке – 4 года, максимальное – 16 лет. Можно говорить о том, что молодое поколение очень рано знакомится с компьютерным досугом.

По результатам нашего исследования наиболее популярными играми являются ролевые. Подавляющее большинство респондентов (82,4%) указали их как любимые игры. Ролевыми компьютерными играми мы обозначили те игры, в которых играющий выступает в роли конкретного или воображаемого компьютерного героя. Напомним, что эти игры в большей мере позволяют реализовать потребность в принятии роли и ухода от реальности. К ролевым играм мы отнесли такие жанры как шутеры от первого лица, стратегии в реальном времени, ролевые, ролевые он-лайн игры и симуляторы жизни. Так одной из наиболее популярных игр оказался шутер *Conter-Strike* (17,2%), стратегия *Warcraft* (15,2%), многопользовательская ролевая он-лайн игра *World of Warcraft* (12%), а из не ролевых игр наиболее популярные – автомобильные симуляторы (из них *NFS* – 8,6% и *Grand theft auto* - 8,6%). В целом можно отметить, что игры по типу головоломок (логические) значительно уступают по популярности собственно ролевым играм (10,1% против 27,3%). Данное явление, в первую очередь, объясняется выборкой: молодое поколение стремится получить массу впечатлений, удовольствие и отдых от рутинных дел. Однако стоит напомнить, что именно эти виды игр чаще всего вызывают компьютерную зависимость, а также оказывают сильное эмоциональное и психологическое воздействие на человека.

Важно отметить, что половина (52,0%) респондентов подтвердили, что играют в компьютерные игры для улучшения настроения, а почти половина (48,0%) признались, что проводили целую ночь за компьютерной игрой и/или в Интернете.

Современная индустрия игр довольно быстро развивается, появляются новые жанры. Многие игры представляют собой слияние нескольких жанров. И несмотря на все предостережения специалистов, каждое новое поколение молодёжи будет обращаться к этому виду досуга, открывая для себя всё новые игры и наиболее интересные им жанры.

Литература

1. Электронный ресурс, посвящённый истории видеоигр [<http://www.pong-story.com/intro.htm>].
2. «Новости Intel» // журнал КомпьютерПресс - №5 2006. [электронный ресурс <http://www.compress.ru/article.aspx?id=15872&iid=750>].
3. С. Г. Давыдов, Т. А. Немудрова. Опыт сегментирования российской аудитории геймеров. // Социология 4М, 2011. - №32.
4. Исследование Чулочниковой Н. И. под руководством кафедры прикладной социологии УрГУ, ноябрь - декабрь 2010г.