

## Философия видеоигр: почему люди играют?

**Фомина Анастасия Сергеевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: fanofcatz@mail.ru*

Философия видеоигр (*англ.* game studies) - молодая дисциплина, поэтому каждое исследование вносит свою лепту в освоение виртуальной реальности. Эта область была мной выбрана, так как она мало изучена, и исследование философии видеоигр как новой интеллектуальной области само по себе интересно и отвечает тенденциям развития современного общества, а так же ищет объяснение явлению геймификации.

Человек на протяжении всей жизни не выходит из состояния игры. Детские игры с годами перерастают в игры взрослых. Жизнь сопровождается игровым антуражем, например, элементы одежды (школьная форма, деловой костюм, мантия прокурора). Есть и правила игры - нормы, законы, традиции.

Игры широко распространены благодаря развитию компьютерных технологий. Геймеров сегодня становится все больше. Диапазон возрастных, социальных характеристик также расширяется. Этому во многом способствует появление мобильных версий игр (приложений), флэш-игр в социальных сетях, повсеместное распространение компьютеров в развитых и развивающихся странах, общее развитие игровой индустрии и мощная ее пропаганда.

В ходе исследования был проведен социологический опрос, в котором приняли участие 20 человек разных возрастов и социального положения: от школьников до состоявшихся в жизни людей 45-ти лет. Главной задачей исследования стала попытка выяснить причины увлечения людей видеоиграми, понять, так ли это плохо - играть и что дает человеку виртуальная реальность.

Игра позволяет человеку выйти за рамки своей социальной роли. Например, «Civilization» - глобальная пошаговая стратегия, в которой игрок управляет экономикой, населением, словом, всей цивилизацией, соревнуясь с другими цивилизациями, которых в игре может быть до восьми.

Игра выполняет исследовательскую функцию - помогает познать жизнь. Например, Sims - симулятор реальной жизни, где пользователь проживает все те же сценарии, что и в реальной жизни: благоустройство и уборка дома, учеба, работа, знакомства и развитие отношений (вплоть до сексуальной близости), воспитание детей, поездка в отпуск и прочее. Разница лишь в том, что в игре человек застрахован от случайностей реальной жизни и вынужден выбирать из предложенных сценариев, которые, тем не менее, представлены в максимально широком спектре. Выяснилось, что игра имеет наибольшую популярность среди детей и подростков школьного возраста, чаще женского пола, желающих быстрее и подробнее познакомиться с взрослой жизнью.

В видеоигре человек может проявить свое творческое начало или реализовать свои скрытые желания, которые не могут быть осуществлены в силу норм и законов. Таким образом, он может избежать ответственности за содеянное. Например, GTA - серия из 12 компьютерных игр, где игрок выполняет миссии - преступления (ограбление банка, угон автомобиля, убийства). Или Need for speed, где игрок может гонять на безумных скоростях и на невероятно дорогих машинах. Это обусловлено тем, что в игре человек не

несет ответственности за разбитую машину (на заработанные от выигранных заездов виртуальные деньги он купит еще). В реальной жизни он ограничен правилами дорожного движения, уголовным кодексом и, в конце концов, совестью. Хотя и в игре за гонщиком охотятся полицейские, но в отличие от реальности, в игре их можно сбить или взорвать без всяких последствий.

Видеоигра является способом вымещения агрессии. Большинство респондентов, преимущественно мужского пола, выбирает шутеры, чтобы успокоить себя или дать выход накопившейся агрессии. «Это помогает предотвратить ссоры из-за стрессов, гораздо проще вымещать злость на компьютерных немцах, чем на членах своей семьи», - говорит один из респондентов.

Видеоигра может стать побудителем к действию, рычагом давления. Поощрение - широко известный психологический прием. Если от ребенка ждут результата, то мотивация поощрением за выполненную работу в качестве видеоигры ускорит процесс и эффективность его деятельности.

Только в игре можно осуществить то, что неподвластно человеку в реальной жизни в силу его положения, законов общества и государства или фантастичности цели. Это уход от реальности. Например, *The Elder Scrolls V: Skyrim* - ролевая игра с открытым миром, главной целью которой является исследование мира. В игре герой сталкивается с рядом миссий, проходя которые, открывает новые земли и получает опыт, «прокачивая» навыки. Ему подвластна магия. Он сражается с монстрами и убивает драконов, приобретая их силу. В реальном мире о встрече с драконом поклонник фэнтези может только мечтать.

Флэш-игры, широко распространенные в социальных сетях, находят свою аудиторию или среди детей или, что интересно, среди взрослых успешных людей. Последним становится жизненно необходимо выращивать виртуальный огород или кормить и расчесывать виртуального кота. Это обусловлено возможностью быстрого получения результата от своей деятельности. «В течение дня не всегда получаешь результат от выполнения поставленных перед собой задач. Решение некоторых простых, на первый взгляд, вопросов может затянуться. При этом награда за результат может достаться коллегам. С играми не так», - говорит один из респондентов. Но еще одной причиной становится то, что в случае неудачи (виртуальный кот не будет вовремя покормлен и умрет, или яблони на компьютерной ферме завянут) это никак не скажется на окружающих людях и ходе реальной жизни.

Виртуальная реальность настолько стремительно развивается, что в скором времени может вытеснить реальность нам привычную. Например, *Oculus Rift* - очки виртуальной реальности. Надев их, вы полностью отключаетесь от реального мира, оказываетесь в предложенной разработчиками ситуации. Например, сценарий, предложенный на игровой станции МКИ в 26 павильоне ВДНХ, отправляет вас на американские горки. В ходе опроса 7 из 10 респондентов выказали восторг по поводу новой игровой технологии и ждут появления продукта на рынке, а 9 из 10 признались в том, что игра оказывает влияние на организм - при крутом спуске ощущения у респондентов были такими же, как если бы это был реальный аттракцион. Таким образом, современные исследования говорят о растущем интересе потребителя к продукту и постепенном внедрении этой технологии в массовое производство.

Суммируя вышесказанное, можно быть уверенным, что на сегодняшний день есть все основания для активного изучения философии видеоигр. Проведенные исследования это подтверждают и говорят о видеоиграх как явлении неотрицательном, требующем дальнейшего, более глубокого исследования.

**Источники и литература**

- 1) Хейзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. / Пер. с гол. Д. В. Сильвестрова — М.: Прогресс — Традиция, 1997. — 416 с.
- 2) Липков А. Ящик Пандоры: феномен компьютерных игр в мире и в России. - М.: Изд-во ЛКИ, 2008, — 190 стр.