

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра социологии и социальной работы

## **СУБКУЛЬТУРА ОНЛАЙН-ГЕЙМЕРОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Выпускная квалификационная работа  
по направлению подготовки 39.03.01 Социология

Идентификационный код ВКР: 317

Екатеринбург 2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра социологии и социальной работы

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:  
Заведующая кафедрой СЦР  
\_\_\_\_\_ Л.Э. Панкратова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

## **СУБКУЛЬТУРА ОНЛАЙН-ГЕЙМЕРОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Выпускная квалификационная работа  
по направлению подготовки 39.03.01 Социология

Идентификационный код ВКР: 317

Исполнитель:  
студент группы СЦ-405

М. А. Морев

Руководитель:  
доцент кафедры социологии и  
социальной работы,  
канд. социол. наук, доцент

И. В. Чебыкина

Нормоконтролер:  
ст. преподаватель кафедры  
социологии и социальной работы

В. С. Куимов

Екатеринбург 2019

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 83 страницах, содержит 30 источников литературы, а также 4 приложения на 26 страницах.

*Ключевые слова:* СУБКУЛЬТУРА, КУЛЬТУРА, ГЕЙМЕР ОНЛАЙН-ГЕЙМЕР, ГЕЙМИНГ.

*Объектом* исследования является субкультура.

*Предметом* исследования являются особенности субкультуры онлайн-геймеров.

*Цель работы* – проанализировать особенности субкультуры онлайн-геймеров.

Работа посвящена анализу субкультуры онлайн-геймеров, их особенностям в современном российском обществе. Во введении раскрыта актуальность темы, степень её научной разработанности, определён объект и предмет выпускной квалификационной работы, сформулированы цель и задачи, дана общая характеристика использованных в работе методов и сбора и анализа эмпирической информации.

В первой главе «Теоретические подходы к исследованию субкультуры онлайн-геймеров» дана характеристика основных понятий, раскрываются особенности геймеров как сообщества и гейминга как субкультуры, анализируются негативные и позитивные аспекты влияния онлайн-игр на жизнь современного человека.

Вторая глава представляет собой анализ результатов эмпирического исследования по данной теме.

В заключении подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы, обозначены перспективы дальнейших исследований по данной теме.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ . . . . .	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ СУБКУЛЬТУРЫ ОНЛАЙН-ГЕЙМЕРОВ . . . . .	8
1.1. Понятие и основные виды субкультур . . . . .	8
1.2. Особенности субкультуры онлайн-геймеров . . . . .	16
2. ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СУБКУЛЬТУРЫ ОНЛАЙН-ГЕЙМЕРОВ . . . . .	32
2.1. Социальный портрет онлайн-геймера . . . . .	32
2.2. Онлайн-гейминг как социально-культурное явление современного общества . . . . .	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ . . . . .	71
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ . . . . .	72
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – Программа исследования . . . . .	76
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – Инструмент исследования . . . . .	80
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 – Таблицы линейного распределения . . . . .	95
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 – Таблицы парного распределения. . . . .	111

## ВВЕДЕНИЕ

*Актуальность темы* данного социологического исследования определяется неоднозначностью социокультурной значимости субкультуры геймеров и её воздействия на общество, с одной стороны, и недостаточной разработанностью данной проблематики в современном социологическом знании, с другой.

В последнее время, компьютерные технологии всё больше и больше охватывают сферы жизнедеятельности человека. Сейчас мы покупаем товары через Интернет, производим платежи, не выходя из дома, общаемся посредством социальных сетей и мессенджеров. Не осталась в стороне и сфера развлечений: люди играют в онлайн-казино, смотрят телевизионные каналы по сети, делают ставки в букмекерских конторах. Появляются даже особые субкультуры, деятельность которых активно связана с использованием компьютерных технологий. Одной из таких субкультур является субкультура онлайн-геймеров.

*Степень разработанности проблемы.* В последние годы в отечественной исследовательской и публицистической литературе наблюдается рост интереса к изучению феномена субкультур, в том числе, субкультур, связанных с компьютерными технологиями. Данная проблематика стала предметом междисциплинарного знания; она находит свое отражение в целом ряде культурологических, социологических, социально-философских, психологических и педагогических исследований.

Появление субкультуры геймеров связано с возникновением и развитием информационного общества, а также со становлением постиндустриализма. В этой связи, были рассмотрены труды, посвященные анализу информационного общества и феномена виртуальной реальности, как отечественных - С. Бабаева, Н.И. Васильевой, О.Ю и Ю.К. Волковых, П.И. Ефимова, М.А. Кропачевой, Е.С. Литвиновой, П.В. Змиевского, П.Г. Шура и др., так и зарубежных авторов – Э. Тоффлера и Э. Фромма и др.

Кроме того, были проанализированы труды авторов, посвященные теории субкультур. Среди авторов работ как отечественные: А. Верная, Е.В. Ерофеева, С.П. Пасечникова и др., так и зарубежные исследователи: С. Коен, Э. Тоффлер, Э. Фромм, и др.

*Объектом* исследования является субкультура.

*Предметом* исследования являются особенности субкультуры онлайн-геймеров.

*Цель исследования:* анализ особенностей субкультуры онлайн-геймеров

*Задачи исследования:*

1. Дать определение понятию субкультуры и рассмотреть основные виды субкультур;
2. Раскрыть особенности субкультуры онлайн-геймеров (картина мира, ценности, нормы, традиции, язык, символика, мода, искусство);
3. Создать обобщенный социальный «портрет» типичного геймера;
4. Раскрыть негативные и позитивные аспекты влияния субкультуры на геймеров.

*Эмпирической базой* исследования послужил анкетный опрос. Анкеты распространялись в электронном виде. В качестве эмпирического объекта принимаются участники геймерских сообществ в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассники. В генеральную совокупность вошли геймеры, являющиеся участниками геймерских сообществ г. Екатеринбурга, старше 12 лет (категория младше 12 лет опрашивать не имеет смысла, так как они не имеют достаточного опыта игры). Выборка составила 200 человек. Из них мужчины составили 90%, а женщины – 10%. Для отбора респондентов была использована скрининговая анкета, которая состояла из 4 вопросов, каждый из которых служил критерием отбора. Дата проведения опроса: апрель – май 2019 года.

*Научно – практическая и теоретическая значимость* данного исследования заключается в определении места и роли субкультуры геймеров в контексте информатизации и виртуализации общества, что является важным для анализа трансформации ценностного сознания россиян, воздействия

продукции массовой культуры на общество. Выявление позитивных и негативных последствий развития гейминга позволяет выработать практические, в том числе, социально – педагогические, рекомендации по преодолению негативных тенденций и использованию позитивного потенциала компьютерной игры. Данные, полученные в ходе исследования могут быть использованы в преподавании следующих дисциплин: «Социология Интернета», «Социология свободного времени», «Социология культуры» и др.

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ СУБКУЛЬТУРЫ ОНЛАЙН-ГЕЙМЕРОВ

## 1.1. Понятие и основные виды субкультур

Как известно, понятие «субкультура» является производным от понятия «культура». Термин «культура» используется во многих науках и имеет большое количество определений, поэтому для нас будут важны только определения «культуры» в социологическом смысле.

К примеру, в Большой толковом социологическом словаре «культура» раскрывается в широком и в узком смысле<sup>1</sup>:

1. В широком смысле культура понимается как специфическая, генетически не наследуемая совокупность средств, способов, форм, образцов и ориентиров взаимодействия людей со средой существования, которые они вырабатывают в совместной жизни для поддержания определенных структур деятельности и общения.

2. В узком смысле культура трактуется как система социально значимых знаний, ценностей, традиций, норм и правил поведения, посредством которых люди организуют свою жизнедеятельность в обществе.

Из перечисленных выше определений нас будет больше интересовать трактовка в узком смысле, так как она лучше соотносится с понятием «субкультура» и помогает раскрыть его подробнее.

Понятие «субкультура» было введено в научный оборот во второй половине XX века. Согласно социологическому словарю Осипова Г.В., приставка «суб» несет в себе значение вторичности, подчинённости, дополнительности, более мелкого значения по сравнению с тем, что названо в производственной основе<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Джери Д., Джери Дж. Большой толковый социологический словарь. В 2-х томах: Пер. с англ. Н.Н. Марчук. М.: Вече, АСТ, 1999. С. 356.

<sup>2</sup> Осипов Г.В., Москвичев Л.Н. Социологический словарь. М.: Норма: Инфра-М, 2010. С. 350.

Словарь иностранных языков определяет три значения приставки «суб», таким образом, что латинская «sub» под. – первая составная часть слов, обозначает: 1) расположенность внизу, под чем-нибудь, около чего-либо; 2) подчиненный, подначальный; 3) не основной, не главный<sup>1</sup>.

Таким образом, мы можем заметить, что мнения исследователей сходятся в том, что субкультура является побочной и вторичной относительно доминантной культуры, принятой в обществе.

В литературе не существует единого определения для понятия «субкультура». В социологии существует 6 основных трактовок субкультуры в зависимости от факторов её формирования<sup>2</sup>:

1. субкультура как феномен городской жизни;
2. субкультура как форма девиантного поведения;
3. субкультура как явление молодежной культуры;
4. субкультура как продукт общественного мнения;
5. субкультура как социолингвистическое явление;
6. субкультура как феномен общества потребления и постиндустриального общества.

Далее мы подробно рассмотрим каждую из трактовок.

*1) Субкультура как феномен городской жизни.* Такое понимание субкультуры сформировалась на начальном этапе создания теории субкультур. Большое влияние на развитие данной трактовки оказали социологические исследования городского населения и городской жизни, которые впервые стали проводиться представителями Чикагской школы. Одним из ярких представителей Чикагской школы, который работал в данном направлении был Луис Вирт<sup>3</sup>.

В рамках своих исследований Вирт рассматривал то, как влияет рост городов на формирование городских сообществ. Вирт приходит к выводу о том,

---

<sup>1</sup> Шагалова Е. Словарь новейших иностранных слов. М.: АСТ-Пресс, 2017. С. 488.

<sup>2</sup> Пасечникова С.П. Понятие субкультуры и основные подходы к её изучению // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». 2017. №10. С.28.

<sup>3</sup> Вирт Л. Урбанизм как образ жизни / Пер. с англ. М.: Strelka Press, 2016. С. 54.

что именно мобильность городских жителей и высокий темп жизни и приводит к формированию различных видов субкультур. Кроме того, одним из факторов формирования городских объединений является дифференциация людей по интересам, которая создается по причине принадлежности горожан к разным городским районам. Таким образом, в данном случае субкультура понимается как результат экономических изменений, индустриализации, развития капитализма, и расслоения городского населения.

2) *Субкультура как форма девиантного поведения.* Данная трактовка была предложена английскими социологами. Суть её заключается в понимании субкультур как способа сопротивления существующей образовательной системе, которая не учитывает интересы и способности средних и слабых учеников класса рабочих.

Исследовательница Омельченко Е. при анализе данного подхода к пониманию субкультур ссылается на исследования социологов Дэвида Доунса и Пола Уиллиса<sup>1</sup>. Доунс в своих работах рассматривал различные девиантные субкультуры в Лондоне. По результатам исследований социолог пришел к выводу, что излишек средств и свободного времени, а также гены не оказывают влияния на вступление молодёжи в девиантные группировки. Главной же причиной такого поведения молодых людей является система образования, которая лишает школьников из рабочего класса возможностей для самореализации. Догадки Доусона были подтверждены Полом Уиллисом в углубленном исследовании, которое тот проводил в одной английской средней школе. В своем исследовании он сделал вывод о том, что средне- и слабоспособные ребята из рабочей среды серьезно отходят от ценностей школы, просто потому, что школьные занятия представляются им абсолютно бессмысленными. Такое отношение у учеников создаётся в силу их представления о будущем, в котором знания и навыки, получаемые на занятиях,

---

<sup>1</sup> Омельченко Е. Краткий обзор отечественных и зарубежных теорий молодёжи // Центр изучения молодежи «ПОКОЛЕНИЯ.NET» при поддержке Фонда Джона Д. и Кэтрин Т. МакАртуров. URL: <http://www.regioncentre.ru/generation/scienceaboutyouth/scienceaboutyouth1/> (дата обращения: 22.11.2018)

не получают своего применения. Они создали между собой свой собственный мир, который состоял из неподдерживаемых основной частью школьников норм и ценностей.

3) *Субкультура как явление молодежной культуры.* На формирование данной трактовки субкультур большое влияние оказали исследования молодежи и молодежных культур. Представителями данного направления являются К. Мангейм, Т. Парсонс, М. Мид, Э. Гидденс.

С их точки зрения, субкультура рассматривалась как необходимый этап в становлении личности человека, через который он обязательно проходит в процессе своего взросления. В рамках теорий молодежной субкультуры, главным фактором формирования личности выступает окружающая среда, которая оказывает особое, зачастую негативное влияние на молодых людей. Также нельзя упускать из внимания социально-психологические характеристики молодежи, которые формируются вследствие маргинального, промежуточного ее положения в период перехода от детства к взрослости<sup>1</sup>.

4) *Субкультура как продукт общественного мнения.* Исследования СМИ и общественного мнения оказали значительное влияние на формирование данной трактовки субкультур. Яркими представителями данного направления являются С. Коэн Н. Смелзер, основоположники символического интеракционизма Ч. Кули и Г. Мид.

В рамках этого подхода акцент делался на то, какое место субкультуры занимают в общественном сознании, и как общественное мнение реагирует на них. К примеру, С. Коэн в работе «Народные бесы и моральные паники: возникновение модов и рокеров»<sup>2</sup> утверждает, что субкультуры создаются спонтанно, реагируя на социальные происшествия, а СМИ затем уже устанавливают идеологическую основу для них.

---

<sup>1</sup> Пасечникова С.П. Понятие субкультуры и основные подходы к её изучению // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». 2017. №10. С.32-33.

<sup>2</sup> Коэн С. Народные бесы и моральные паники: возникновение модов и рокеров. В: Омельченко Е., Молодежные культуры и субкультуры. М.: Ин-т социологии РАН; Ульяновск: НИЦ «Регион», 2015. С. 166.

При анализе работ представителей данного направления, можно сделать вывод о том, что масс-медиа выступает своеобразным двойным агентом. С одной стороны, СМИ создают недоверие, подозрительность и даже панику по отношению к субкультурам в общественном сознании, акцентируя внимание на определенных событиях и обстоятельствах, которые выставляют субкультуру в качестве угрозы традиционной социальной системе. С другой стороны, при помощи масс-медиа происходит и обратный процесс, а именно, реклама субкультурных объединений, привлечение к ним новых участников.

5) *Субкультура как социолингвистическое явление.* Большое влияние на развитие данного метода понимания субкультур оказали исследования американских социологов второй половины XX века. Представителями данного направления являются У. Лабов и Р. Макдевид и исследования касались в первую очередь. Данные исследователи изучали разнообразные этнические группы, выявляли их социолингвистические особенности и формы коммуникации.

В рамках этого подхода субкультура понималась как результат различия социальных групп в грамматике, языковых традициях, диалекте и сленговых выражениях. У. Лабов, к примеру, обратил внимание на то, что важной чертой субкультурных групп являются не только ценностные характеристики, образ жизни, религиозные, этнические, экономические, классовые и демографические различия, но также и коммуникативные особенности взаимодействия членов субкультурного сообщества<sup>1</sup>.

б) *Субкультура как феномен общества потребления и постиндустриального общества.* Данная трактовка выступает самой современной, так как затрагивает проблемы постиндустриального человека<sup>2</sup>. С данной позиции субкультура рассматривается как реакция на распространение

---

<sup>1</sup> Ерофеева Е. В. Вероятностные подходы в социолингвистике // Пермский государственный национальный исследовательский университет. 2007. №2. С.153.

<sup>2</sup> Пасечникова С.П. Понятие субкультуры и основные подходы к её изучению // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». 2017. №10. С.30.

ценностей общества массовой культуры, попытка противостоять его влиянию, найти свое место в данном обществе.

Например, Э. Фром в своей работе «Бегство от свободы» писал о том, что посредством субкультуры современный человек может приобщиться к определенной системе и найти себя. Субкультура в данном случае помогает получить чувство принадлежности, без которого сложно обойтись в наше время<sup>1</sup>. Похожая идея была у ещё одного теоретика – Э. Тоффлера. Он утверждал, что развитие индустрии развлечений и хобби способствовало появлению новых субкультур, а это, в свою очередь, оказывает огромное влияние на развитие личности и общества в целом<sup>2</sup>.

Таким образом, мы рассмотрели основные теоретические подходы к определению понятия «субкультура». Не все трактовки субкультур можно применить для нашего исследования. Некоторые из этих подходов не соответствуют современным реалиям, другие затрагивают этнические и религиозные проблемы, которые могут вызвать дискуссии. В дальнейшем мы будем опираться на трактовку субкультуры как явления в контексте общества потребления и постиндустриального общества, так как: 1) гейминг – это феномен постиндустриального общества и массовой культуры; 2) данный подход подробно изучает субкультуры как процесс институционализации хобби и развлечений.

Далее рассмотрим основные виды субкультур.

Сегодня существует большое количество различных классификаций субкультур, однако нас будет интересовать классификация А. Верной. Данная классификация субкультур является одной из самых современных и наиболее разработанных. А. Верная дифференцировала субкультуры по основным видам деятельности её участников:

- *Отличающиеся определенным мировоззрением и образом жизни:* готы, хиппи, индианисты, панки, растаманы;

---

<sup>1</sup> Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. М.: ООО Издательство АСТ», 2016. С. 101

<sup>2</sup> Тоффлер Э. Шок будущего. М.: ООО «Издательство АСТ», 2008. С. 309-326.

- *Связанные с музыкой, музыкальные фанаты, последователи культуры музыкальных стилей*: рокеры, металлисты, панки, готы, рэперы, транс-культура;
- *Связанные со спортом*: спортивные фанаты, роллеры, скейтеры, стрит-байкеры, байкеры;
- *Связанные с играми, уходом в другую реальность*: ролевики, толкиенисты, геймеры;
- *Связанные с компьютерными технологиями*: хакеры, юзеры, геймеры;
- *Враждебно или асоциально настроенные группы*: панки, скинхэды, РНЕ, гопники, люберы, нацисты, периодически: футбольные фанаты и металлисты;
- *Религиозные объединения*: сатанисты, секты, кришнаиты, индианисты;
- *Группы современного искусства*: граффиттеры, брейк-дансеры, просовременные художники, скульпторы, музыкальные группы;
- *Элита*: мажоры, рейверы;
- *Антикварные субкультуры*: битники, роккабильшики;
- *Субкультура масс или контркультура*: гопники, реднеки;
- *Социально-активные*: общества защиты истории и окружающей среды, пацифисты<sup>1</sup>.

Классификация А. Верной конгруэнтна для нашего исследования, так как в ней выделены два вида субкультур, подходящих для гейминга и геймеров: 1) связанные с играми, уходом в другую реальность и 2) связанные с компьютерными технологиями.

Необходимой категорией при анализе субкультур являются признаки их институционализации. В статье, написанной Кропачевой М.А. и Литвиновой Е.С., представлены три группы признаков субкультуры: *знаковые, поведенческие и социальные*<sup>2</sup>. К *знаковым* признакам субкультуры, как правило,

<sup>1</sup> *Верная А.* Субкультуры [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.subcult.ru](http://www.subcult.ru) (дата обращения: 13.01.2019)

<sup>2</sup> *Кропачева М. А., Литвинова Е. С.* Субкультура геймеров, единая и делимая // Социо- и психолингвистические исследования. Пермь: Пермский гос. нац. исслед. ун-т. 2013. №1. С. 75.

относят общность символики и картины мира. *Поведенческие* признаки включают в себя нормы, обычаи и стереотипы поведения. *Социальные* признаки связаны с отличиями, обусловленными принадлежностью к различным социальным группам населения.

Таким образом, в ходе работы над данной главой мы рассмотрели понятие «культура» и определили ее как систему социально значимых знаний, ценностей, традиций, норм и правил поведения, посредством которых люди организуют свою жизнедеятельность в обществе.

Этимология понятия «субкультура» позволяет нам говорить о вторичности и подчиненности субкультуры по отношению к главной культуре в обществе.

В зависимости от факторов формирования, субкультура может трактоваться как феномен городской жизни; как форма девиантного поведения; как явление молодежной культуры; как продукт общественного мнения; как социолингвистическое явление и как феномен общества потребления и постиндустриального общества;

В рамках нашей работы, рассмотрев классификацию субкультур А. Верной, мы остановились на трактовке субкультуры как феномена общества потребления и постиндустриального общества. На нее мы и будем опираться в дальнейшем изучении субкультуры геймеров.

Анализ статьи Кропачевой М. А. и Литвиновой Е. С позволил выделить ряд существенных признаков институционализации, которые свойственны любой субкультуре: знаковые, поведенческие, социальные.

В следующем разделе мы рассмотрим: факторы, повлиявшие на формирование субкультуры геймеров; понятия «гейминг» и «геймеры»; основные черты геймера как представителя социальной группы; признаки институционализации субкультуры геймеров; социально-демографические характеристики геймеров; мотивы гейминга и его социокультурные последствия.

## 1.2 Особенности субкультуры онлайн-геймеров

В современном мире сложно найти человека, который бы ни разу не играл в компьютерные игры или хотя бы никак с ними не соприкоснулся. Согласно данным опроса Mail.ru Group, который был проведен в 2015 году, 47% россиян являются активными интернет-пользователями, из них 68% активно играют в онлайн-игры. Результаты исследования показали, что геймером можно назвать более 2/3 пользователей рунета<sup>1</sup>.

В связи с данным фактом возникает вопрос об истоках формирования субкультуры геймеров в России. Прежде всего формирование субкультуры геймеров связано с образованием «информационного общества». Информационное общество основано на принципе трансформации, который способствует появлению любых социальных изменений, устранению традиционных устоев. Кроме того, в данном обществе игровая деятельность пронизывает все сферы общества. Игра помогает человеку почувствовать свободу в закрепощающих социальных условиях постиндустриального общества.

Именно поэтому в 70-х годах XX века появилась индустрия досуга, которая заняла все коммуникации и средства: газетно-журнальное и книжное дело, театр и кино, радиовещание и телевидение, и, конечно же, компьютерные игры. Все эти сферы досуга направлены не на создание материальных благ, а на предметы развлечения, заполняющие досуг<sup>2</sup>.

В России индустрия досуга начала формироваться только в 90-х годах после распада СССР. Тогда же начал формироваться и рынок компьютерных развлечений. Первое знакомство с компьютерными играми с русских людей произошло посредством консольных платформ, таких как Dendy и Dendy Junior,

---

<sup>1</sup> *Исследование Mail.Ru Group*: профиль российского геймера [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://corp.mail.ru/ru/press/releases/9576/> (дата обращения: 23.01.2019)

<sup>2</sup> *Волков О.Ю., Волков Ю.К.* Компьютерная игра как технологический и эстетический феномен культуры информационного общества // Приволжский научный вестник. 2015. № 6-3. С.82.

которые были полностью скопированы с японской консоли Nintendo Entertainment System (NES)<sup>1</sup>. Ближе к началу нового тысячелетия не только консоли, но и персональные компьютеры были доступны практически каждому желающему. Однако говорить о формировании субкультуры геймеров к этому времени пока ещё рано.

Появление сети Интернет ознаменовало следующий этап в развитии популярности компьютерных игр в России - создание многопользовательских игр. Теперь игрокам предлагалось сразиться не только против искусственного интеллекта, но и с живым противником. Такой игровой формат вызвал огромный интерес у игроков по всей России. В Москве и Санкт-Петербурге стали создаваться компьютерные клубы, где за определенную плату можно было поиграть в игру по сети. Рынок многопользовательских игр продолжает развиваться и по сей день. Сегодня каждая компьютерная игра, направленная на однопользовательский режим, включает в себя и многопользовательский режим. Аудитория многопользовательских игр насчитывает миллионы игроков. Только в один «Warface» играет более 10 млн. чел каждый день<sup>2</sup>.

Следующим этапом развития индустрии компьютерных игр стало создание и распространение социальных игр. Социальные игры включают в себя браузерные игры и игры для социальных сетей. В России игры для социальных сетей начали появляться в конце 2000-х. Первые социальные игры появились вместе с развитием таких социальных сетей, как «ВКонтакте» и «Одноклассники». Одной из первых таких игр является выпущенная в 2009 году «Счастливый фермер», аудитория составила более 8 млн пользователей во всех социальных сетях. Сегодня данный вид игр находится в стагнации, так как

---

<sup>1</sup> *Бабаев С.* История игровой индустрии в России: от «Тетриса» и русских квестов до мобильных игр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/flood/5856-rugames-story> (дата обращения: 23.01.2019)

<sup>2</sup> *Змиевский П. В.* Субкультура геймеров, истоки зарождения и повседневность через призму методологических аспектов научного познания // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 26 февр. 2017 г.). В 2 т. Т. 1 / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017, С.82.

многие игроки переходят в другой стремительно развивающийся сегмент компьютерных игр<sup>1</sup>.

Последним сегментом компьютерных игр, который достиг большой популярности у российской аудитории стали мобильные игры. В начале нулевых спустя некоторое время после появления первых «кнопочных» телефонов появились и первые мобильные игры. Особой популярностью в то время пользовалась игра «Змейка, которую некоторые фанаты даже умудрились портировать на ПК. Однако все же данный вид игр не мог обрести многомиллионную аудиторию, так как игры для ПК составляли огромную конкуренцию. Ситуация изменилась, когда появились виртуальные магазины приложений AppStore и Google Play. В таких магазинах можно было купить и скачать игры, которые имели красивую графику и хороший звук, а также включали возможность кооперативной игры или игры по сети<sup>2</sup>. Теперь каждый владелец смартфона на базе Android или IOS мог играть в любимую игру где угодно: дома, на улице, в общественном транспорте и т.д. По данным сайта [www.allcorrectgames.com](http://www.allcorrectgames.com), в 2016 году в России количество активных пользователей мобильных игр составило 47,2 млн. человек. Как утверждают исследователи, рынок все еще находится в стадии роста, поэтому количество игроков с каждым годом увеличивается и по прогнозам в 2022 году составит 51,8 млн человек<sup>3</sup>.

На основании всего вышесказанного, мы можем выделить ряд факторов, которые стали определяющими в образовании субкультуры геймеров в России:

1. формирование «информационного» общества и индустрии досуга;
2. создание инноваций в сфере компьютерной техники и мобильных устройств;

---

<sup>1</sup> *Бабаев С.* История игровой индустрии в России: от «Тетриса» и русских квестов до мобильных игр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/flood/5856-rugames-story> (дата обращения: 23.01.2019)

<sup>2</sup> *Там же*

<sup>3</sup> *Рынок мобильных игр России* [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://allcorrectgames.ru/insights/mobile-game-market-index/russia/> (дата обращения: 23.01.2019)

3. появление и развитие сети Интернет;
4. доступность технических устройств для большей части российского населения.
5. разнообразие способов игры в компьютерные игры: ПК, Интернет, браузеры, социальные сети, мобильные устройства, консоли.

Мы уже много раз назвали геймеров субкультурой, однако у многих может возникнуть вопрос: на самом ли деле гейминг можно назвать субкультурой? Для того, чтобы ответить на данный вопрос снова обратимся к статье, написанной Кропачевой М.А. и Литвиновой Е.С. Как уже было сказано в первом разделе, можно выделить три группы признаков субкультуры: *знаковые, поведенческие и социальные*<sup>1</sup>. К *знаковым* признакам субкультуры, как правило, относят общность символики и картины мира. *Поведенческие* признаки включают в себя нормы, обычаи и стереотипы поведения. *Социальные* признаки связаны с отличиями, обусловленными принадлежностью к различным социальным группам населения.

Теперь докажем, что система ценностей, установок моделей поведения и жизненного стиля геймеров является субкультурой, раскрыв каждый признак относительно геймеров. Прежде всего, раскроем *знаковые* признаки.

*Общность картины мира.* Как утверждают исследователи Васильева Н.И., Ефимов П.И. и Золотова Т.А. в статье «Человек играющий: картина мира в субкультуре геймеров»<sup>2</sup>, картина мира геймеров располагает двумя уровнями – объективным и субъективным. К первому относятся ценности, разделяемые геймерским сообществом в целом. К такому следует отнести успешность прохождения культовой игры, владение навыками игрового процесса, степень осведомленности геймера о технических и программных новинках.

---

<sup>1</sup> Кропачева М. А., Литвинова Е. С. Субкультура геймеров, единая и делимая // Социо- и психолингвистические исследования. Пермь: Пермский гос. нац. исслед. ун-т. 2013. №1. С. 75.

<sup>2</sup> Васильева Н.И., Ефимов П.И., Золотова Т.А. «Человек играющий»: картина мира в субкультуре геймеров // Интернет и фольклор: сборник статей. М.: ГРЦРФ, 2009. С 202.

Субъективный уровень включает в себя ценности, обусловленные реалиями игры. К примеру, известная онлайн-игра «World of Warcraft» предлагает игрокам оперировать следующими ценностями:

- «сеттовые вещи» - это предметы, которые в совокупности дают плюс к характеристикам игрока),

- «маунты» - это верховые животные, на которых игрок может передвигаться. К ним относятся грифоны, выверны, драконы и пр.

Наличие или отсутствие субъективных ценностей влияет на уровень статуса персонажа, которым играет геймер<sup>1</sup>.

*Общность символики.* Символика субкультуры геймеров как таковая отсутствует. Определить человека как геймера можно не по каким-то внешним и поведенческим признакам, а по особой форме его коммуникации с другими геймерами. Данная субкультура характеризуется наличием специфического языка. Сленг геймеров, как и другие виды молодежного жаргона, является своеобразным коллажем других видов сленга, в число которых входят сленг программистов, общемолодежный сленг, а также слова из иностранных языков<sup>2</sup>.

Геймерский язык нельзя назвать однородным. Сленг игроков зависит от жанра игры, в которую они играют. Большой однородностью сленга и разнообразностью выражений среди других жанров игр характеризуются массовые многопользовательские ролевые онлайн-игры (ММОРПГ), которые отличаются от однопользовательских и небольших сетевых ролевых игр практически неограниченным множеством игроков, а также виртуальным миром, который продолжает существовать и в отсутствие игрока. Именно

---

<sup>1</sup> Там же. С. 203.

<sup>2</sup> Кропачева, М. А., Литвинова, Е. С. Субкультура геймеров, единая и делимая // Социо- и психолингвистические исследования. Пермь: Пермский гос. нац. исслед. ун-т. 2013. №1. С. 77.

многочисленность игроков и популярность ММОРПГ стали факторами, способствовавшими развитию сленговой системы геймеров по всему миру<sup>1</sup>.

Далее представим наиболее распространенные среди игроков слова и выражения:

- *агр* – агрессивность монстров, управляемых искусственным интеллектом;
- *баг* - ошибка, недочет игры;
- *бот* – персонаж, управляемый особой программой, не предусмотренной правилами игры;
- *босс* - крупный сильный и уникальный монстр, которого сложно победить;
- *нуб* - новый или некомпетентный игрок;
- *ивент* - особое игровое событие, проводимое периодически;
- *лаг* - задержка в передаче информации между сервером и компьютером игрока;
- *акк* – аккаунт игрока, учетная запись;
- *бан* - временная или постоянная блокировка аккаунта;
- *читер* - игрок, использующий нечестные приемы для достижения целей;
- *донатить* - вкладывать в игру реальные деньги;
- *юзать* – использовать<sup>2</sup>.

Теперь давайте раскроем *поведенческие* признаки субкультуры.

*Нормы поведения.* В субкультуре геймеров присутствуют различия в правилах поведения в зависимости от типа игры. Если игра рассчитана на одного пользователя, то правила и нормы поведения игрока устанавливаются только разработчики игры.

Бывает и такие виды игр, где четкие правила действий для игрока не указаны. Это, например, игры серии Sims, оффлайновые версии Grand Theft

---

<sup>1</sup> Кропачева, М. А., Литвинова, Е. С. Субкультура геймеров, единая и делимая // Социо- и психолингвистические исследования. Пермь: Пермский гос. нац. исслед. ун-т. 2013. №1. С. 77.

<sup>2</sup> Там же. С.78.

Auto (GTA), The Elder Scrolls и многие другие. В таких играх геймер ощущает полную свободу действий, и ограничивать его может только воображение.

В онлайн-играх, напротив, существует жестко регламентированные правила и нормы поведения, с которыми каждый игрок соглашается, когда подписывает пользовательское соглашение. За нарушение данных правил, игрок может временно или навсегда потерять свою учетную запись, выбыть из игры, получить понижение в звании или ранге. Поэтому, если игрок не хочет получить штрафные санкции, то он обязан соблюдать все правила игры и сервера, на котором он играет<sup>1</sup>.

Каждая игра предлагает игроку собственный уникальный свод правил, который во многом может отличаться от норм и правил, принятых в других многопользовательских играх. Кроме того, на двух серверах одной игры могут быть приняты совершенно различные правила для игроков.

Несмотря на то, что существует огромное разнообразие игр различных жанров, на сайте GAMES.lds можно найти несколько общих правил для пользователей всех онлайн-игр. Вот четыре приоритетных правила<sup>2</sup>:

1. запрещено неуважительное отношение к администрации серверов, как на форуме, так и в играх.
2. запрещены угрозы в адрес администрации серверов, как на форуме, так и в играх.
3. запрещен обман администрации.
4. запрещено использование ников администраторов, либо похожих на них.

*Стереотипы поведения.* Для того, чтобы облегчить себе жизнь в идентификации каждой субкультуры люди используют различные стереотипы. К примеру, благодаря стереотипам у нас в голове возникает образ бородатого

---

<sup>1</sup> Крощачева, М. А., Литвинова, Е. С. Субкультура геймеров, единая и делимая // Социо- и психолингвистические исследования. Пермь: Пермский гос. нац. исслед. ун-т. 2013. №1. С.79

<sup>2</sup> *Общие правила поведения в онлайн-играх* [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://games.lds.net.ua/games\\_rules.html](http://games.lds.net.ua/games_rules.html) (дата обращения: 04.02.2019)

мужчины в джинсовой жилетке, едущего на мотоцикле, при произнесении слова «байкер».

Стереотипы не обошли стороной и сообщество игроков в компьютерные игры. Как и в случае со многими другими субкультурами, чаще всего стереотипы указывают на недостатки и отрицательные стороны геймеров, забывая о преимуществах<sup>1</sup>.

Ниже представлены самые популярные среди общественного мнения стереотипы о геймерах.

*Стереотип 1. Геймеры – инфантильны.* Игроков в компьютерные игры часто сравнивают с детьми по причине того, что они большое количество времени проводят за игрой. По мнению представителей старшего поколения, игра – это занятие исключительно для детей или подростков, взрослый человек играть не может. Такие люди забывают, что современный человек окружен игрой, а большинство хобби тоже являются играми. Например, самые популярные мужские хобби – охота и рыбалка – также включает в себя элемент игры. В них есть свои правила, которые охотнику или рыбаку необходимо соблюдать, чтобы преуспеть. Есть азарт и риск поражения: охотник стремится поймать как можно больше дичи; если он допустит ошибку, то жертва может убежать. Таким образом, если человек проводит за игрой 2-3 часа в день и считает компьютерные игры своим хобби, ничто не позволяет говорить о его инфантильности<sup>2</sup>.

*Стереотип 2. Все геймеры – это «ботаники».* У многих при упоминании геймеров в памяти всплывает образ прыщавых толстых парней в очках, которые, сидя в маленькой тёмной комнатке, днями на пролет играют в компьютер. На самом деле данное убеждение ложно, так как в компьютерные игры играют даже профессиональные спортсмены. К примеру,

---

<sup>1</sup> Кропачева М. А., Литвинова Е. С. Субкультура геймеров, единая и делимая // Социо- и психолингвистические исследования. Пермь: Пермский гос. нац. исслед. ун-т. 2013. №1. С. 79.

<sup>2</sup> 10 ошибочных стереотипов о геймерах [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: [https://gameinonline.com/article/10\\_oshibochnyh\\_stereotipov\\_o\\_geymerah.html](https://gameinonline.com/article/10_oshibochnyh_stereotipov_o_geymerah.html) (дата обращения: 11.02.2019)

профессиональный баскетболист Айзея Томас играл в баскетбольный симулятор прямо на баскетбольной арене в перерыве матча<sup>1</sup>.

*Стереотип 3. Геймеры всегда одиноки.* Многие считают, что геймеры все свое свободное время проводят, играя в компьютерные игры. В результате этого у них совсем не остаётся времени на общение с друзьями, родственниками и близкими.

На самом деле лишь немногие игроки полностью посвящают свою жизнь прохождению игр. Большинство же играют не более 3-4 часов в день, успевают общаться как лично, так и в социальных сетях. Кроме того, многие онлайн-геймеры знакомятся в кланах и становятся лучшими друзьями.

*Стереотип 4. Геймеры – люди с психическими расстройствами.* В последнее время во многих СМИ стало модным обвинять видеоигры в негативном влиянии на психику играющего. Некоторые даже считают, что все жестокие деяния (убийства, грабежи), которые игрок совершает во время игры, он переносит в повседневную жизнь.

На самом же деле в большинстве случаев главными факторами совершения преступления являются социальное окружение, отсутствие социального контроля и плохие привычки. Конечно, бывают случаи, когда человек действительно совершает преступление под воздействием видеоигры. Однако в данном случае виноваты не игры, а слабая психика самого человека<sup>2</sup>.

*Стереотип 5. Геймеры – это чисто мужская субкультура.* Многие считают, что видеоигры – это не женское занятие. Ведь девушки традиционно должны быть умными, ориентированными на семью и карьеру. В последнее время девушки успешно вошли во многие сферы деятельности, которые изначально были только мужскими. Сейчас женщины появляются в космонавтике, вооруженных силах, промышленности, инженерии и т.д.

---

<sup>1</sup> *Новости спорта* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sport-express.ru/basketball/nba/news/ayzeyya-tomas-igray-na-pristavke-pryamo-na-arene-bostona-1075796/> (дата обращения: 11.02.2019)

<sup>2</sup> *10 ошибочных стереотипов о геймерах* [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://gameinonline.com/article/10\\_oshibochnyh\\_stereotipov\\_o\\_geymerah.html](https://gameinonline.com/article/10_oshibochnyh_stereotipov_o_geymerah.html) (дата обращения: 11.02.2019)

Поэтому нет ничего удивительного, что женщины также играют в компьютерные игры.

После того, как мы рассмотрели поведенческие особенности субкультуры геймеров, необходимо раскрыть *социальные* особенности геймеров, которые включают в себя особенности сообщества геймеров.

Самая известная иерархия статусов включает в себя три ступени. Отнесение того или иного геймера к определенной ступени зависит от его компетентности:

1. «Ламер» (от английского *lamer* – «хромой») - низший уровень в иерархии игроков, начинающий геймер. Для таких игроков характерны плохое качество игры, огромное количество ошибок, низкая скорость прохождения и т.д.)<sup>1</sup>.

2. «Геймер» - средний уровень в иерархии игроков, занимает промежуточное звено между «ламерами» и «читерами». Представители данной ступени иерархии игроков хорошо знакомы с правилами игры, качество игры их достигает от среднего до высокого уровня качества, ошибки сводятся к минимуму.

3. «Читер» (от английского *chit* – мухлевать, жульничать) - высший уровень. Читер использует различные обходные пути, лазейки и сбои в программе, которые в сообществе геймеров принято называть «багами», для того, чтобы выиграть и стать выше рангом, чем остальные игроки. Однако такие игроки рискуют не только своим рангом в игре, но и аккаунтом вообще, так как на «читеров» часто жалуются другие игроки.

В связи с тем, что видеоигры и гейминг социокультурными феноменами стали относительно недавно, то мы не можем пока говорить об институционализации данной сферы общественной жизни. Если в субкультуре геймеров и появятся какие-либо социальные институты, которые будут регулировать взаимодействие каждого её представителей, то это будут не

---

<sup>1</sup> *Важенина Н.В., Жильцов А.И.* Исследование социального портрета геймера // Вопросы науки и образования. 2018. №7. С.210.

социальные институты в традиционном понимании, а каким-то образом видоизмененные.

Таким образом, на основании всего вышеперечисленного мы можем утверждать о том, что совокупность жизненных идеалов и установок геймеров является субкультурой. Представители социальной группы геймеров обладают следующими особенностями:

1. *Общность картины мира*, которая провозглашает главными ценностями *успех в прохождении игры, овладение новыми навыками, осведомленность об игровых новинках и приобретение их*;

2. *Общность слэнга*, который включает в себя множество слов и выражений из языка программистов и культуры информационного общества;

3. *Нормы*, которые регулируют поведение игроков в однопользовательских и многопользовательских играх и которые различаются в разных играх и серверах;

4. *Стереотипы поведения*. Для многих людей геймеры представляются как малоподвижные, физически неразвитые, с отталкивающей внешностью молодые люди, которые сутки напролёт играют в видеоигры;

5. *Социальная иерархия статусов*, которая включает в себя три ступени: ламер, геймер и читер;

6. *Отсутствие институционализации*, которая свидетельствует о неразвитости данной субкультуры.

Далее необходимо дать определение понятию «геймер», а также определить черты, с помощью которых можно идентифицировать представителя геймерской субкультуры.

Белорусская исследовательница Шур П.Г. в своей работе «Геймеры как субкультура информационного общества» определяет геймера как человека, постоянно играющего в компьютерные игры. К геймерам автор относит:

а) людей, увлекающихся компьютерными играми наряду с прочими общечеловеческими развлечениями не в ущерб возложенным на него социальным функциям;

б) людей, испытывающих нездоровое патологическое стремление к компьютерным играм, повлекшее за собой некоторое смещение восприятия реальности, но не переходящее в ранг психического отклонения;

в) людей, которые занимаются компьютерными играми на профессиональной, коммерческой основе<sup>1</sup>.

В заключение необходимо сказать, что несмотря на то, что мы можем определить ряд признаков институционализации субкультуры геймеров, данная субкультура еще не окончила свое формирование и продолжит развиваться в ближайшем будущем вместе с появлением новых технологий, развитием информационного общества и с технологическим прогрессом.

Далее необходимо рассмотреть *социально-демографические характеристики* геймеров.

В статье О. А. Степанцевой «Социальный портрет геймера» подробно описаны социально-демографические характеристики геймеров: пол, возраст, занятость и социальный статус<sup>2</sup>.

*1. Пол.* Большинство представителей геймерского сообщества – это мужчины. По мнению автора, главная причина того, что представителей слабого пола среди геймеров намного меньше, заключается в том, что женщины имеют меньше свободного времени, так как ухаживают за детьми и ведут домашнее хозяйство.

*2. Возраст.* Средний возраст типичного геймера – 17-26 лет. Данный факт автор объясняет тем, что до 22 лет человек либо проходит обучение в учебных заведениях, либо работает неполный рабочий день. В связи с этим у человека остается много свободного времени, которое он тратит на игры.

*3. Занятость.* По данным О. А. Степанцевой, более 70 % геймеров работают или имеют дополнительный доход. Кроме того, 2/3 из них заняты в коммерческой сфере, что свидетельствует об их финансовом достатке<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Шур П. Г. Геймеры как субкультура информационного общества // Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого. Беларусь. 2017. №2. С. 162.

<sup>2</sup> Степанцева О. А. Социальный портрет геймера // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. №24. С.81

4. *Социальный статус.* Более половины всех играющих являются студентами и учащимися (54%). Остальную половину геймеров (46%) составляют специалисты, руководители и служащие.

Еще одной важной характеристикой субкультуры онлайн-геймеров является *мотивация онлайн-гейминга.*

Исследователи из Санкт-Петербургского государственного университета в статье «Мотивация онлайн-гейминга в контексте теории самодетерминации (SDT)» представили актуальную и наиболее разработанную мотивационную модель, включающую шесть основных мотиваций: *внутреннюю мотивацию, внешнюю (экстернальную) регуляцию, идентифицированную регуляцию, интегративную (встроенную) регуляцию, интроецированную регуляцию и амотивацию*<sup>2</sup>.

Сейчас мы рассмотрим каждую из мотиваций более подробно.

*Внутренняя мотивация* включает мотивы, которые отражают внутреннее побуждение играть в компьютерные игры (исследовательские мотивы или развитие навыков и обучение, также поиск острых ощущений и адреналина).

*Внешняя (экстернальная) регуляция* включает мотивы, которые отражают внешнее побуждение к игровой компьютерной деятельности (награды, призы, признание).

*Идентифицированная регуляция* включает мотивы, которые отражают побуждение играть, обусловленное отношением к играм как к деятельности, имеющей особое значение, как-то сопряженной с личными целями человека.

*Интегративная (встроенная) регуляция* включает мотивы, которые отражают внешнее побуждение к игре как к части образа жизни, части профессии или способу достижения целей (к примеру, человек хочет стать геймдизайнером).

---

<sup>1</sup> Степанцева О. А. Социальный портрет геймера // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. №24. С.82.

<sup>2</sup> Иванова Н. А., Артемов А. В., Волохонский В. Л., Дубик С. В. Мотивация онлайн-гейминга в контексте теории самодетерминации (SDT) // Вестник СПбГУ. 2016. №2. С.54.

*Интроецированная регуляция* включает мотивы, которые отражают внешнее побуждение к игре под давлением внутренних вины или тревоги.

*Амотивация* выражает отсутствие побуждения к игре. Человек осуществляет игровую деятельность по инерции, при этом не понимает для чего и зачем<sup>1</sup>.

Не менее важным аспектом гейминга являются негативные и позитивные последствия для человека.

Когда темой исследования является гейминг, ученые, в первую очередь, заостряют внимание на его негативном воздействии на человека. Давайте последуем их примеру и определим основные негативные последствия данного вида деятельности.

Согласно электронному ресурсу «Полезный сайт.ру», можно выделить 2 основных негативных последствия компьютерных игр:

1. *Агрессивность и озлобленность.* Компьютерные видеоигры являются возбудителем агрессивного состояния. Те люди, которые предрасположены к агрессивному поведению и жестокости, будут вести себя озлобленно в повседневной жизни, копируя действия и поступки героя игры. Поэтому видеоигры представляют опасность для подростков, так как представители данной возрастной группы в большей степени склонны к перемене эмоционального тона<sup>2</sup>.

2. *Игровая зависимость.* Больше всего в развитии игровой зависимости у геймеров участвуют именно онлайн-игры. Так как сетевые игры предполагают постепенное развитие и совершенствование своего персонажа, то игроки часто начинают ассоциировать себя с героем на экране, а в последствии полностью забывают о своей реальной жизни и живут жизнью своего персонажа.

---

<sup>1</sup> Иванова Н. А., Артемов А. В., Волохонский В. Л., Дубик С. В. Мотивация онлайн-гейминга в контексте теории самодетерминации (SDT) // Вестник СПбГУ. 2016. №2. С.55.

<sup>2</sup> Чем опасны компьютерные игры, влияние на психику [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://poleznii-site.ru/zdorove/chem-opasny-kompyuternye-igry-vliyanie-na-psihiku>. (дата обращения: 05.02.2019)

Постепенно человек перекладывает всю свою реальную жизнь на жизнь виртуального героя. В игре он заводит новые знакомства, находит сексуального партнера, строит семью. Такое увлечение игрой может даже дойти до состояния, когда человек теряет ощущение времени и реальности.

Зависимость от компьютерной игры ограничивает социальную жизнь игрока. Человек перестает ходить на работу и учебу, разрывает контакты с родными и близкими, меньше выходит из дома.

Несмотря на наличие вредного воздействия на личность геймера, компьютерные видеоигры также несут и ряд положительных моментов<sup>1</sup>.

1. *Рекреационная функция.* Видеоигры помогают человеку расслабиться и отдохнуть от тяжелых будней. Рутинный распорядок дня забирает силу и энергию человека, так что у него под конец дня нет уже ни желания, ни возможности сходить в кино или театр. Однако у человека дома всегда есть видеоигра, с помощью которой он может получить необходимые эмоции.

2. *Способ успокоиться и снять напряжение.* Многие жалуются на то, что такие жанры видеоигр как шутеры, гонки и файтинги вызывают агрессию у играющего, делают его более раздражительным. На самом же деле, данные видеоигры помогают унять гнев и успокоиться. Ведь вместо того, чтобы выместить злобу на близких, игрок включает игру и убивает врагов в ней, тем самым снимая напряжение.

3. *Развитие воображения и креативного мышления.* Играя в игру, человек целиком погружается в ее Вселенную. Видеоигра дарит игроку целый неизведанный мир, который человек открывает и познает, при этом развивая мышление и воображение.

4. *Развитие социальных навыков.* Многие современные онлайн-игры нацелены на развитие у играющих социальной активности. Сетевые игры – это, прежде всего, командные игры. Они требуют от игрока умения работать в

---

<sup>1</sup> *Влияние компьютерных игр на человека* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://alkonark.ru/igromaniya/vliyanie-kompyuternyx-igr-na-cheloveka>. (дата обращения: 05.02.2019)

команде, взаимодействовать с товарищами по команде, а также уметь правильно общаться с соперниками.

Во время игры человек проявляет свою социальную активность, входя в контакт с незнакомыми ему людьми. Данный навык затем проецируется и на реальную жизнь.

Таким образом, в ходе работы над данной главой мы рассмотрели факторы формирования субкультуры геймеров в современном российском обществе. В качестве основных факторов мы выделили: формирование «информационного» общества и индустрии досуга; создание инноваций в сфере компьютерной техники и мобильных устройств; появление и развитие сети Интернет; доступность технических устройств для большей части российского населения; разнообразие способов игры в компьютерные игры.

Также мы раскрыли понятие «геймер». Анализ статьи Шур П.Г. позволил определить геймеров как людей, регулярно играющих в компьютерные игры.

Кроме того, мы определили основные черты геймера как представителя социальной группы. Согласно Жильцову и Важениной, представители социальной группы геймеров обладают следующими особенностями: общность картины мира, которая провозглашает главными ценностями успех в прохождении игры, овладение новыми навыками, осведомленность об игровых новинках и приобретение их; общность слэнга, который включает в себя множество слов и выражений из языка программистов и культуры информационного общества; нормы, которые регулируют поведение игроков в однопользовательских и многопользовательских играх и которые различаются в разных играх и серверах; стереотипы поведения; социальная иерархия статусов, которая включает в себя три ступени: ламер, геймер и читер; отсутствие институционализации, которая свидетельствует о неразвитости данной субкультуры.

В ходе дальнейшей работы над главой мы заключили, что пока нельзя выделить признаки институционализации субкультуры геймеров, данная субкультура еще не окончила свое формирование и продолжит развиваться в

ближайшем будущем вместе появлением новых технологий, развитием информационного общества и с технологическим прогрессом.

Далее мы рассмотрели основные социально-демографические характеристики геймеров. Проанализировав статью О.А. Степанцевой, мы составили социальный портрет геймера. Геймер – это чаще всего мужчина 17-22 лет, учащийся в учебном заведении, а также имеющий дополнительный доход.

Также мы выявили основные мотивы геймерской деятельности, которые делятся на два вида: внутренние и внешние побуждения и их разновидности. Каждый из мотивов стимулирует активность геймера в игре.

Окончательным этапом работы над главой было определение позитивных и негативных последствий гейминга для жизни человека. К положительным последствиям мы отнесли: удовлетворение рекреационных потребностей, снятие стресса и гнева, развитие воображения и креативного мышления, развитие социальных навыков. Негативными последствиями гейминга являются: игровая зависимость и агрессивность и озлобленность.

В следующей главе мы на основе данных эмпирического исследования определим социальный портрет онлайн-геймера; раскроем характеристики субкультуры онлайн-геймеров; выявим место и роль субкультуры онлайн-геймеров в современном обществе.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современное общество в эпоху постиндустриализма характеризуется динамичностью и стремлением к прогрессу. Для людей открываются всё новые и новые возможности для проявления себя. Информационное общество и развитие новых компьютерных технологий способствовали созданию целого ряда новых субкультурных объединений, популярность которых продолжает нарастать. Одним из таких явлений стала субкультура геймеров, основой для которой послужил новый, альтернативный реальному миру, созданный человеком с помощью современных технологий - «виртуальная реальность» и компьютерная игра.

В настоящее время еще нельзя определить, является ли субкультура геймеров контркультурой нашего общества. Действительно, видеоигры несут с собой несколько негативных последствий, таких как: ухудшение здоровья играющего, утверждение ценностей информационного общества и общества потребления. Однако в то же время, компьютерные игры выполняют образовательную и познавательные функции, а также позволяет игроку снять эмоциональное напряжение.

Таким образом, субкультура геймеров – это сложный феномен современного общества, который требует дальнейшего изучения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Важенина Н. В.* Исследование социального портрета геймера / Н. В. Важенина, А. И. Жильцов // Вопросы науки и образования. 2018. №7. С.209-213.
2. *Васильева Н. И.* «Человек играющий»: картина мира в субкультуре геймеров / Н. И. Васильева, П.И. Ефимов, Т.А. Золотова // Интернет и фольклор: сборник статей. Москва: ГРЦРФ, 2009. 202 с.
3. *Вирт Л.* Урбанизм как образ жизни / Л. Вирт Пер. с англ. Москва: Strelka Press, 2016. 108 с.
4. *Волков О. Ю.* Компьютерная игра как технологический и эстетический феномен культуры информационного общества / О. Ю. Волков, Ю. К. Волков // Приволжский научный вестник. 2015. № 6-3. С.79-82.
5. *Джери Д.* Большой толковый социологический словарь: словарь / Д. Джери [и др.] В 2-х томах: Пер. с англ. Н. Н. Марчук. Москва: Вече, АСТ, 1999.Т.1 - 544с., Т.2 – 528с.
6. *Ерофеева Е. В.* Вероятностные подходы в социолингвистике / Е. В. Ерофеева // Пермский государственный национальный исследовательский университет. 2007. №2. С.151-162.
7. *Змиевский П. В.* Субкультура геймеров, истоки зарождения и повседневность через призму методологических аспектов научного познания / П. В. Змиевский // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 26 февр. 2017 г.). В 2 т. Т. 1 / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017, С.80-84.
8. *Иванова Н. А.* Мотивация онлайн-гейминга в контексте теории самодетерминации (SDT) / Н. А. Иванова, А. В. Артемов, В. Л. Волохонский, С.В. Дубик // Вестник СПбГУ. 2016. №2. С.47-57.

9. *Коен С.* Народные бесы и моральные паники: возникновение модов и рокеров / С. Коен Пер. с англ. Москва: Ин-т социологии РАН; Ульяновск: НИЦ «Регион». 2015. С. 166-168.
10. *Кропачева М. А.* Субкультура геймеров, единая и делимая / М. А. Кропачева, Е. С. Литвинова // Социо- и психолингвистические исследования. Пермь: Пермский гос. нац. исслед. ун-т. 2013. №1. С. 75-78.
11. *Осипов Г. В.* Социологический словарь / Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев. Москва: Норма: Инфра-М, 2010. 608 с.
12. *Пасечникова С. П.* Понятие субкультуры и основные подходы к её изучению / С. П. Пасечников // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». 2017. №10. С.27-33.
13. *Степанцева О. А.* Социальный портрет геймера / О. А. Степанцева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. №24. С.80-83.
14. *Тоффлер Э.* Шок будущего / Э. Тоффлер. Москва: ООО «Издательство АСТ», 2008. 557 с.
15. *Фромм Э.* Бегство от свободы. Человек для себя / Э. Фромм. Москва: ООО Издательство АСТ», 2016. 571 с.
16. *Шагалова Е.* Словарь новейших иностранных слов / Е. Шагалова. Москва: АСТ-Пресс, 2017. 573 с.
17. *Шур П. Г.* Геймеры как субкультура информационного общества / П. Г. Шур // Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого. Беларусь. 2017. №2. С. 162-164.
18. *Бабаев С.* История игровой индустрии в России: от «Тетриса» и русских квестов до мобильных игр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/flood/5856-rugames-story> (дата обращения: 23.01.2019)
19. *Верная А.* Субкультуры [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.subcult.ru](http://www.subcult.ru) (дата обращения: 13.01.2019)

20. *Влияние компьютерных игр на человека* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://alkonark.ru/igromaniya/vliyanie-kompyuternyx-igr-na-cheloveka>. (дата обращения: 05.02.2019)
21. *Игровой форум – обсуждение онлайн-игр* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://goodgame.ru/forum/24/> (дата обращения: 05.02.2019)
22. *Исследование Mail.Ru Group: профиль российского геймера* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://corp.mail.ru/ru/press/releases/9576/> (дата обращения: 23.01.2019)
23. *ММО-игры: тенденции и перспективы* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tehnologii/357631-sereznyie-zabavy-pochemu-videoigry-stanovyatsya-populyarnee-kino> (дата обращения: 05.02.2019)
24. *Новости спорта* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sport-express.ru/basketball/nba/news/ayzey-a-tomas-igrat-na-pristavke-pryamo-na-arene-bostona-1075796/> (дата обращения: 11.02.2019)
25. *Обзор игрового сайта «Игромания»* [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://games.mail.ru/pc/articles/feat/igrovye\\_zhurnaly\\_v\\_rossii\\_chast\\_2\\_by\\_kazus87\\_mail\\_ru/](https://games.mail.ru/pc/articles/feat/igrovye_zhurnaly_v_rossii_chast_2_by_kazus87_mail_ru/) (дата обращения: 05.02.2019)
26. *Образ жизни типичного геймера* [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.playground.ru/blogs/other/15\\_lyubopytnyh\\_faktov\\_o\\_gejmerah-123003/](https://www.playground.ru/blogs/other/15_lyubopytnyh_faktov_o_gejmerah-123003/) (дата обращения: 23.01.2019)
27. *Общие правила поведения в онлайн-играх* [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://games.lds.net.ua/games\\_rules.html](http://games.lds.net.ua/games_rules.html) (дата обращения: 04.02.2019)
28. *Омельченко Е.* Краткий обзор отечественных и зарубежных теорий молодёжи // Центр изучения молодежи «ПОКОЛЕНИЯ.NET» при поддержке Фонда Джона Д. и Кэтрин Т. МакАртуров. <http://www.regioncentre.ru/generation/scienceaboutyouth/scienceaboutyouth1/> (дата обращения: 22.11.2018)

29. *Польза и вред онлайн-игр* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://anokalintik.ru/polza-i-vred-onlajn-igr.html> (дата обращения: 04.02.2019)
30. *Рынок мобильных игр России* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://allcorrectgames.ru/insights/mobile-game-market-index/russia/> (дата обращения: 23.01.2019)
31. *Словарь геймеров* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gamer-info.com/gamer-dictionary/> (дата обращения: 23.01.2019)
32. *Социальный портрет геймера в 2016 году по версии ESA* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://leogaming.net/ru/site/news/socialnyj-portet-gejmera-2016-po-versii-esa> (дата обращения: 05.02.2019)
33. *Чем опасны компьютерные игры, влияние на психику* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://poleznii-site.ru/zdorove/chem-opasny-kompyuternye-igry-vliyanie-na-psihiku>. (дата обращения: 05.02.2019)
34. *10 ошибочных стереотипов о геймерах* [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://gameinonline.com/article/10\\_oshibochnyh\\_stereotipov\\_o\\_geymerah.html](https://gameinonline.com/article/10_oshibochnyh_stereotipov_o_geymerah.html) (дата обращения: 11.02.2019)
35. *7 главных проблем современных онлайн-игр* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://root-nation.com/games-all/game-articles/mnenie-7-glavnyh-problem-sovremennykh-videoigr/> (дата обращения: 05.02.2019)

# ПРИЛОЖЕНИЕ 1

## ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема: Субкультура онлайн-геймеров: социологический аспект

Проблемная ситуация:

Сегодня не только в России, но и во всем мире возрастает популярность видеоигр. В компьютер сегодня играют не только школьники, но и пенсионеры. В связи с этим возникает противоречие между теоретической и практической значимостью культурологического анализа новой субкультуры – субкультуры геймеров, с одной стороны, и недостаточной разработанностью данной проблематики в современном культурологическом знании – с другой.

Объект: мужчины и женщины, являющиеся участниками геймерских сообществ в возрасте старше 12 лет.

Предмет: особенности субкультуры онлайн-геймеров: картина мира геймеров, нормы, ценности и т.д.

Цель: проанализировать особенности субкультуры онлайн-геймеров,

Задачи:

1. Охарактеризовать структуру онлайн-гейминга.
2. Определить ценностные ориентации и жизненные установки онлайн-геймеров.
3. Выявить мотивацию онлайн-гейминга.
4. Определить степень включенности в субкультуру онлайн-геймеров.
5. Определить представления о позитивном и негативном влиянии онлайн-игр на жизнедеятельность геймеров.
6. Выявить перспективы развития субкультуры онлайн-геймеров.
7. Составить социальный портрет онлайн-геймера.

Гипотезы:

1. Структура онлайн-гейминга:
  - частота игры – 4-7 часов в день;
  - предпочитаемое время для игры – 00:01-06:00;

- предпочитаемый жанр игры – шутер;
- предпочитаемое устройство для игры – компьютер;
- источник информации об онлайн-играх – видеопорталы;

## 2. Образ жизни:

- способ общения с близкими и друзьями – социальные сети;
- занятие спортом – 1 раз в неделю;
- количество времени на сон в сутки – 3-4 часа;
- количество приемов пищи в сутки – 2-3;
- вредные привычки – курение;

## 2. Ценностные ориентации и жизненные установки:

- Приоритетная ценность – ценность знания и саморазвития;
- Самая популярная жизненная установка – стремление к достижению материальных ценностей;

3. Основной причиной, по которой геймеры играют в компьютерные игры, является удовлетворения рекреационных потребностей.

4. Большинство игроков идентифицируют себя с социальной группой геймеров.

## 5. Геймеры считают, что игра в онлайн-игры способствует:

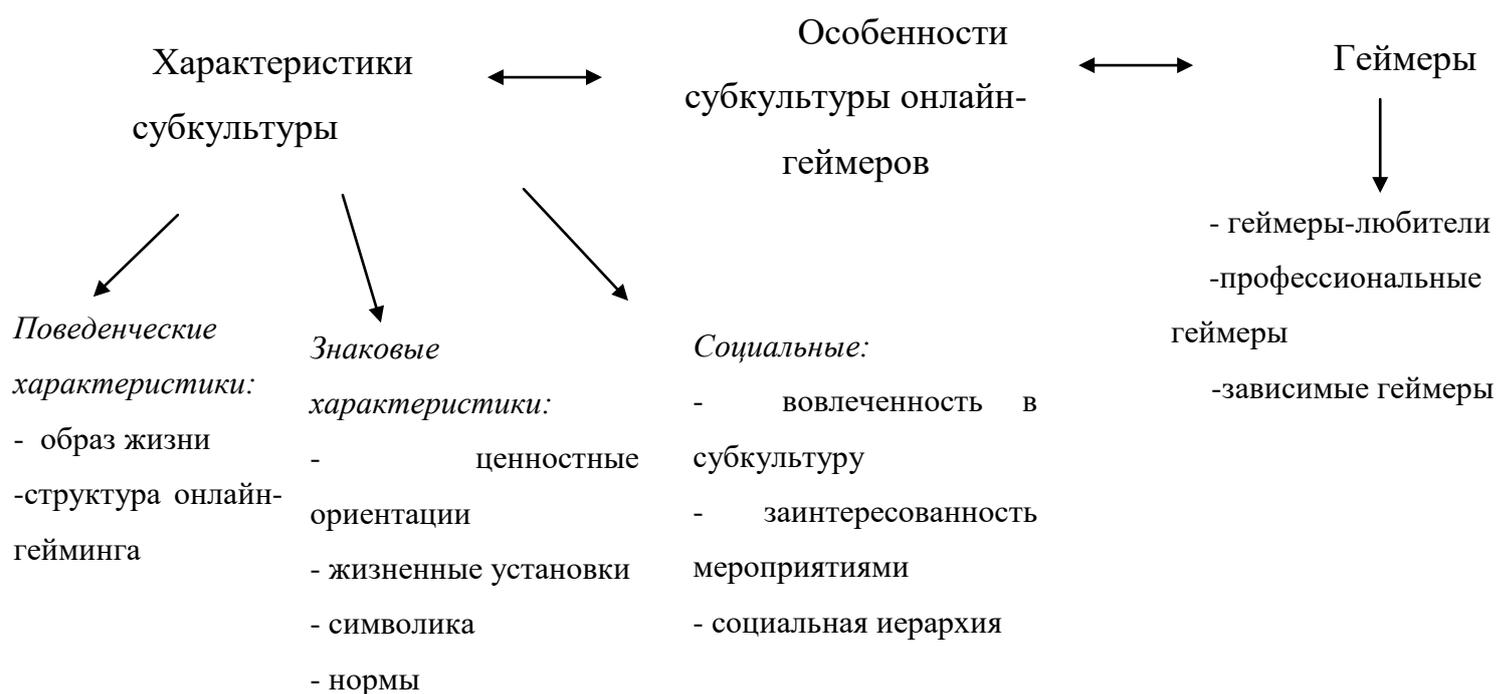
- развитию целеустремленности и силы воли;
- развитию адаптации геймеров к новым условиям;

6. Большинство геймеров считают, что субкультура онлайн-геймеров в России продолжит свое развитие, а также получит новые формы.

## 7. Социальный портрет онлайн-геймера:

- пол – мужской;
- возраст – 12-15 лет;
- семейное положение – не женат/незамужем;
- образование – среднее профессиональное;
- род занятий – студент или учащийся;
- уровень дохода семьи – средний достаток.

## Системный анализ объекта исследования:



## Теоретическая интерпретация:

*Субкультура* - система ценностей, установок жизненного стиля определенной социальной группы, представляющая собой самостоятельное целостное образование в рамках доминирующей культуры.

*Онлайн-гейминг* – занятие, увлечение онлайн-играми.

*Геймер* – человек, регулярно играющий в компьютерные игры.

*Картина мира* - целостная система знаний и представлений о мире, выполняющих функцию ориентировочной основы действий человека.

*Жизненные установки* - базовые представления о мире и окружающих людях, которые влияют на ощущение полноценного счастья.

*Ценностные ориентации* - объекты, явления духовной или материальной культуры, которые приобрели для личности устойчиво высокий смысл и значение.

*Социальный портрет* - это комплекс обобщенных характеристик социальной группы, т.е. выявление общих и устойчивых характеристик портретируемой группы.

*Образ жизни* - устойчивая типовая форма жизнедеятельности личности и сообществ, мера их вхождения в социум, типичные взаимодействия индивида с обществом, и групповых отношений группами, другими людьми.

Эмпирическая интерпретация:

Показатель	Индикаторы	Тип шкалы	Вопросы
Поведенческие характеристики	1. Самооценка образа жизни	Номинальная Порядковая	10-15
	2. Определение структуры онлайн-гейминга	Номинальная Порядковая	2-9
Знаковые характеристики	1. Самооценка ценностных ориентаций	Метрическая	16,17,18
	2. Самооценка жизненных установок	Порядковая	19-27
	3. Самооценка символики	Номинальная Порядковая	28,29
	4. Самооценка норм	Порядковая	30,31,32
Социальные характеристики	1. Самоопределение степени вовлеченности в сообщество геймеров	Порядковая	33,34
	2. Самоопределение степени заинтересованности игровыми турнирами и соревнованиями	Порядковая	35-40
Определение мотивации онлайн-гейминга	1. Самоопределение основных причин онлайн-гейминга	Номинальная	41
	2. Определение основных факторов популярности онлайн-гейминга	Номинальная	42
Мнение о влиянии онлайн-игр на жизнедеятельность геймеров	1. Оценка позитивных аспектов влияния онлайн-игр на жизнедеятельность геймеров	Порядковая	43-48
	2. Оценка негативных аспектов влияния онлайн-игр на жизнедеятельность геймеров	Порядковая	49-54
	3. Самооценка позитивных аспектов влияния онлайн-игр на жизнедеятельность геймеров	Порядковая	55-60
	4. Самооценка негативных аспектов влияния онлайн-игр на жизнедеятельность геймеров	Порядковая	61-66
Мнение о перспективах развития субкультуры геймеров	1. Определение основных проблем современного онлайн-гейминга	Номинальная	67
	2. Определение перспектив развития онлайн-гейминга	Порядковая	68
Социально-демографические характеристики респондентов	1. Пол	Номинальная	69
	2. Возраст	Метрическая	70
	3. Семейное положение	Номинальная	71
	4. Наличие детей	Порядковая	72
	5. Уровень образования	Номинальная	73
	6. Род занятий	Номинальная	74
	7. Уровень дохода	Порядковая	75

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ

#### **Уважаемый участник опроса!**

*Предлагаем Вам принять участие в социологическом исследовании, посвященном изучению субкультуры онлайн-геймеров. Данное исследование поможет дать характеристику субкультуре онлайн-геймеров, а также выявить перспективы ее развития. Возможно, что и для Вас участие в опросе будет полезно, и поможет Вам лучше разобраться в своих ценностях, жизненных установках и игровых предпочтениях.*

*Результаты исследования послужат исключительно научным целям. Полученные от Вас сведения останутся анонимными.*

#### **Инструкция по заполнению**

*Внимательно прочтите вопросы и предложенные варианты ответов. Выберите и обведите кружком цифру того варианта, который более всего соответствует Вашему мнению.*

*Если ни один из предложенных вариантов Вас не устраивает, напишите свой ответ в специально оставленном месте.*

## Скрининговая анкета

Являетесь ли Вы пользователем хотя бы одного из устройств (ПК, игровая консоль, смартфон)?

1. Да – продолжить опрос
2. Нет – закончить опрос

Используете ли Вы данное устройство для развлечения?

1. Да – продолжить опрос
2. Нет – закончить опрос

Вы играете в онлайн игры?

1. Да – продолжить опрос
2. Нет – закончить опрос
3. Сложно сказать – закончить опрос

Сколько раз в неделю Вы играете в онлайн игры?

1. каждый день – продолжить опрос
2. 2-3 раза в неделю – продолжить опрос
3. один раз в неделю – закончить опрос
4. 2-3 раза в месяц – закончить опрос
5. один раз в месяц и реже – закончить опрос

**1. В какую онлайн-игру Вы играли в последний раз? (Напишите название)** \_\_\_\_\_

**2-3. Сколько часов в день Вы играете в онлайн-игры? (Обведите, пожалуйста, ту цифру в каждом столбце, которая наиболее точно соответствует Вашей точке зрения)**

<b>Продолжительность игры</b>	<b>2. В рабочие дни</b>	<b>3. В выходные</b>
1) Менее часа	1	1
2) 1-3 часа	2	2
3) 4-7 часов	3	3
4) 7-10 часов	4	4
5) Более 10 часов	5	5

**4-5. В какое время суток в обычно играете в онлайн-игры?**  
*(Обведите, пожалуйста, ту цифру в каждом столбце, которая наиболее точно соответствует Вашей точке зрения)*

<b>Продолжительность игры</b>	<b>4. В рабочие дни</b>	<b>5. В выходные</b>
1) 00:01-06:00	1	1
2) 06:01-12:00	2	2
3) 12:01-18:00	3	3
4) 18:01-00:00	4	4

**6. В онлайн-игры какого жанра Вы предпочитаете играть?**  
*(Укажите, пожалуйста, не более 3-х вариантов ответа)*

- 1) ММОРПГ (Массовая многопользовательская ролевая онлайн-игра)
- 2) Шутеры
- 3) Симуляторы
- 4) Гонки
- 5) Файтинги
- 6) Стратегии
- 7) Аркады
- 8) Логические
- 9) Каких жанров еще? Напишите \_\_\_\_\_

**7. На каком устройстве Вы играете в онлайн-игры чаще всего?**  
*(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) На ПК
- 2) На консолях (Play Station, Xbox, Wii)
- 3) На портативных консолях (PSP, PS Vita, DS,)
- 4) На смартфонах
- 5) На каких еще? \_\_\_\_\_

**8. Как бы Вы оценили свою информированность о событиях в индустрии онлайн-игр?** *(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) Полностью осведомлен (а)
- 2) Скорее осведомлен (а), чем не осведомлен (а)
- 3) Скорее не осведомлен (а), чем осведомлен (а)
- 4) Полностью не осведомлен (а)
- 5) Затрудняюсь ответить

**9. Какие источники Вы используете для получения информации об онлайн-играх?** (Укажите, пожалуйста, не более 3-х вариантов ответа)

- 1) Видеоportалы (Youtube, Twitch и др.)
- 2) Игровые порталы (Gameguru.ru., MMO Guider, Xgames-online и др.)
- 3) Социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др.)
- 4) Форумы, посвященные онлайн играм
- 5) Журналы, посвященные онлайн играм
- 6) Какие еще? *Напишите* \_\_\_\_\_
- 7) Ни один из них

**10-11. Каким образом Вы чаще всего общаетесь с друзьями и близкими?** (Обведите, пожалуйста, ту цифру в каждом столбце, которая наиболее точно соответствует Вашей точке зрения)

Способ общения	10. С друзьями	11. С близкими
1) Лично	1	1
2) По телефону	2	2
3) Через социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др.)	3	3
4) Через мессенджеры (What's App, Viber и др.)	4	4
5) Как еще? _____	5	5

**12. Сколько раз в неделю Вы занимаетесь спортом?** (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Менее 1 раза в неделю
- 2) 1-2 раза в неделю
- 3) 3-4 раза в неделю
- 4) 5-6 раз в неделю
- 5) Каждый день

**13. Сколько часов в сутки Вы обычно тратите на сон?** (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) 1-2 часа
- 2) 3-4 часа
- 3) 7-8 часов
- 4) Более 8 часов

14. Сколько раз в день Вы обычно принимаете пищу? (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) 1-2 раза
- 2) 3-4 раза
- 3) 5-6 раз
- 4) 7-8 раз

15. Какие привычки Вы имеете? (Укажите, пожалуйста, не более 3-х вариантов ответа)

- 1) Курение
- 2) Чрезмерное употребление алкоголя
- 3) Шопоголизм
- 4) Переедание
- 5) Неподвижный образ жизни
- 6) Неразборчивость в сексуальных связях
- 7) Какие еще? \_\_\_\_\_

16. Оцените степень важности ценностей для Вас. Для этого распределите ценности (проранжируйте) в порядке убывания важности от 1- самая важная, до 6- наименее важная). В представленной ниже таблице напротив каждой ценности поставьте, пожалуйста, соответствующий ранг. Если Вы хотите добавить другую ценность, напишите ее название и напротив - соответствующий ему ранг.

Ценность	Ранг/ место по важности
Семья	
Материальное благополучие	
Духовное саморазвитие	
Получение новых знаний, освоение новых технологий	
Общечеловеческие ценности (любовь, дружба, красота)	
Свобода получать любую информацию без ограничений	
Какие еще? <i>Напишите</i>	_____

17. **Какие характеристики онлайн игры для Вас особенно важны? Распределите характеристики (проранжируйте) в порядке убывания важности от 1- самая важная, до 7- наименее важная).**

Характеристики	Ранг/ место по важности
Хорошая графика	
Популярность игры	
Жанр	
Свободный игровой мир	
Наличие серверов по всему миру	
Возможность «прокачки» персонажа	
Разнообразие внутриигровых модификаций (скины, аксессуары, оружие)	
Какие еще? <i>Напишите</i>	_____

18. **Что является наиболее ценным для вас в игре? Распределите ценности (проранжируйте) в порядке убывания важности от 1- самая важная, до 6- наименее важная). В представленной ниже таблице напротив каждой ценности поставьте, пожалуйста, соответствующий ранг. Если Вы хотите добавить другую ценность, напишите ее название и напротив - соответствующий ему ранг.**

Ценность	Ранг/ место по важности
Отдых	
Самовыражение	
Масштабный виртуальный мир	
Игровая коммуникация	
Удовольствие	
Лидерство, состязательность, соперничество	
Какие еще? <i>Напишите</i>	_____

**С какими утверждениями Вы согласны? (Обведите, пожалуйста, ту цифру в каждой строке, которая наиболее точно соответствует Вашей точке зрения)**

Утверждение	Степень согласия				
	Совершенно согласен (а)	Скорее согласен(а), чем не согласен(а)	Скорее не согласен(а), чем согласен(а)	Совершенно не согласен(а)	Затрудняюсь ответить
19. Я хочу активно участвовать в жизни общества, так как ощущаю свою важность как гражданина	1	2	3	4	5
20. От меня все равно ничего не зависит, общество само по себе, а я сам(а) по себе	1	2	3	4	5
21. Я не хочу участвовать в жизни общества, так как государство и без меня хорошо справляется	1	2	3	4	5
22. Я быстро принимаю решения и с легкостью преодолеваю жизненные препятствия	1	2	3	4	5
23. Я с трудом принимаю решения, жизненные трудности нелегко преодолеть	1	2	3	4	5
24. Я тщательно обдумываю каждое решение, скорость преодоления жизненных препятствий зависит от обстоятельств	1	2	3	4	5
25. Я всегда стремлюсь быть среди тех, кто использует новые технологии	1	2	3	4	5
26. Я не	1	2	3	4	5

гонюсь за технологическими новинками, покупаю только ту технику, которая мне необходима					
27. Новые технологии пугают меня	1	2	3	4	5

28. Значения каких из перечисленных ниже слов Вам понятны?  
(Укажите, пожалуйста, не более 3-х вариантов ответа)

- 1) агр
- 2) тиммейт
- 3) катка
- 4) нуб
- 5) лаг
- 6) бот
- 7) хэдшот
- 8) дамаг
- 9) пвп
- 10) бан

29. Используете ли Вы данные слова в своей повседневной речи?  
(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Да, использую
- 2) Скорее использую, чем не использую
- 3) Скорее не использую, чем использую
- 4) Нет, не использую
- 5) Затрудняюсь ответить

30. Читаете ли Вы правила пользовательского соглашения, когда проходите регистрацию для игры? (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Всегда читаю
- 2) Обычно читаю
- 3) Иногда читаю
- 4) Никогда не читаю
- 5) Затрудняюсь ответить

31. **Соблюдаете ли Вы правила игры, в которую играете?** (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Всегда соблюдаю
- 2) Обычно соблюдаю
- 3) Иногда соблюдаю
- 4) Никогда не соблюдаю
- 5) Затрудняюсь ответить

32. **Штрафовал ли Вас администратор сервера игры за невыполнение правил?** (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Да, штрафовал
- 2) Нет, не штрафовал

33. **Считаете ли Вы себя онлайн геймером?** (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Да, считаю
- 2) Скорее считаю, чем не считаю
- 3) Скорее не считаю, чем считаю
- 4) Нет, не считаю
- 5) Затрудняюсь ответить

34. **Состоите ли Вы хотя бы в 1 клане какой-либо онлайн-игры?** (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Да, состою
- 2) Нет, не состою

**Оцените, пожалуйста, Вашу степень заинтересованности игровыми мероприятиями.** (Обведите, пожалуйста, один вариант ответа в каждой строке)

Мероприятие	Степень заинтересованности		
	Заинтересован (а)	Совершенно не заинтересован (а)	Затрудняюсь ответить
35. Игровой турнир, соревнование	1	2	3
36. Прохождение видеоигр, стрим	1	2	3
37. Игровой видеообзор	1	2	3

Напишите, пожалуйста, как часто Вы предпочитаете смотреть игровые мероприятия. (Обведите, пожалуйста, один вариант ответа в каждой строке)

Мероприятие	Частота просмотра фильмов					
	Несколько раз в месяц	1 раз в месяц	1 раз в 2-3 месяца	1 раз в полгода	1 раз в году реже	Никогда не смотрю
38. Игровой турнир, соревнование	1	2	3	4	5	6
39. Прохождение видеоигр, стрим	1	2	3	4	5	6
40. Игровой видеообзор	1	2	3	4	5	6

41. Чем Вас привлекают онлайн-игры? (Укажите, пожалуйста, не более 3-х вариантов ответа)

- 1) Возможность интересно провести время
- 2) Возможность сразиться с другими геймерами на виртуальном поле боя
- 3) Возможность создать свой собственный мир и «пожить» жизнью виртуального героя
- 4) Возможность заработать
- 5) Возможность снять эмоциональное напряжение
- 6) Возможность развить навыки и умения (скорость реакции, наблюдательность и т.д.)
- 7) Чем еще? *Напишите* \_\_\_\_\_

42. Каковы, по Вашему мнению, причины популярности онлайн-игр? (Укажите, пожалуйста, не более 3-х вариантов ответа)

- 1) Техническая доступность
- 2) Высокое качество графики
- 3) Интересные сюжеты
- 3) Массовость
- 4) Что еще делает онлайн игры популярными? *Напишите* \_\_\_\_\_

**Оцените, пожалуйста, какое влияние онлайн игра может оказывать на игрока. (Обведите, пожалуйста, один вариант ответа в каждой строке)**

Утверждение	Степень согласия				
	Совершенно согласен (а)	Скорее согласен(а), чем не согласен(а)	Скорее не согласен(а), чем согласен(а)	Совершенно не согласен(а)	Затрудняюсь ответить
43. Игра снимает эмоциональное напряжение	1	2	3	4	5
44. Игра помогает приобрести новые знания и навыки	1	2	3	4	5
45. Игра помогает стать более усидчивым и собранным	1	2	3	4	5
46. Игра помогает примерить на себя новый статус, который не может быть достигнут в реальной жизни	1	2	3	4	5
47. Игра уравнивает шансы людей (не важна внешность, место жительства, доход и т.д.)	1	2	3	4	5
48. Игра помогает обрести новый круг общения	1	2	3	4	5
49. Игра отрицательно сказывается на физическом состоянии (переутомление, бессонница, болят глаза и т.д.)	1	2	3	4	5
50. Неудачи в игре очень часто приводят в депрессивное состояние	1	2	3	4	5
51. Игра приучает к жестокости	1	2	3	4	5
52. Игра заменяет реальный мир и реальные взаимодействия	1	2	3	4	5

между людьми					
53. Игра заставляет человека тратить ресурсы – время, деньги, здоровье	1	2	3	4	5
54. Игра искажает и разрушает важные человеческие ценности (ценность человеческой жизни, сострадание, доброта, сдержанность)	1	2	3	4	5

**Какое влияние онлайн игр Вы замечали на себе лично? (Обведите, пожалуйста, один вариант ответа в каждой строке)**

Утверждение	Степень согласия				
	Совершенно согласен (а)	Скорее согласен(а), чем не согласен(а)	Скорее не согласен(а), чем согласен(а)	Совершенно не согласен(а)	Затрудняюсь ответить
55. Игра снимает эмоциональное напряжение	1	2	3	4	5
56. Игра помогает приобрести новые знания и навыки	1	2	3	4	5
57. Игра помогает стать более усидчивым и собранным	1	2	3	4	5
58. Игра помогает примерить на себя новый статус, который не может быть достигнут в реальной жизни	1	2	3	4	5
59. Игра уравнивает шансы людей (не важна внешность, место жительства, доход и т.д.)	1	2	3	4	5
60. Игра помогает обрести новый круг общения	1	2	3	4	5
61. Игра отрицательно сказывается на физическом состоянии (переутомление,	1	2	3	4	5

бессонница, болят глаза и т.д.)					
62. Неудачи в игре очень часто приводят в депрессивное состояние	1	2	3	4	5
63. Игра приучает к жестокости	1	2	3	4	5
64. Игра заменяет реальный мир и реальные взаимодействия между людьми	1	2	3	4	5
65. Игра заставляет человека тратить ресурсы – время, деньги, здоровье	1	2	3	4	5
66. Игра искажает и разрушает важные человеческие ценности (ценность человеческой жизни, сострадание, доброта, сдержанность)	1	2	3	4	5

**67. Каковы, по Вашему мнению, основные проблемы современных онлайн игр? (Укажите, пожалуйста, не более 3-х вариантов ответа)**

- 1) Вражда между игроками, неуважение друг к другу
- 2) Читеры
- 3) Увеличение цен на игры, аксессуары, моды, скины
- 4) Распространение внутриигровых покупок
- 5) Алчность разработчиков и издателей
- 6) Чрезмерное увлечение разработчиков графикой, внешними атрибутами
- 7) Неинтересные сценарии (сюжеты) игр
- 8) Растущие требования к техническому оснащению (мощности ПК, консолей) для игр
- 9) Что еще? Напишите \_\_\_\_\_
- 10) Никаких проблем нет

**68. Оцените, пожалуйста, перспективы развития индустрии онлайн-гейминга.** *(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) Состояние гейминга станет лучше
- 2) Гейминг не изменится ни в худшую, ни в лучшую сторону
- 3) Состояние гейминга станет хуже

**Укажите, пожалуйста, некоторые сведения о себе**

**69. Ваш пол?** *(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) Мужской
- 2) Женский

**70. Ваш возраст?** *(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) 12-19 лет
- 2) 20-29 лет
- 3) 30-39 лет
- 4) 40-49 лет
- 5) 50-59 лет
- 6) 60 лет и старше

**71. Укажите Ваше семейное положение.** *(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) Состою в официальном браке
- 2) Не женат / не замужем
- 3) Состою в незарегистрированном браке
- 4) Вдовец / вдова
- 5) Разведен (а)

**72. У вас есть ребенок (дети)?** *(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) Есть
- 2) Нет

**73. Укажите, пожалуйста, Ваш уровень образования.** *(Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)*

- 1) Основное среднее и ниже (9 классов школы и ниже)
- 2) Полное общее (11 классов школы)
- 3) Начальное профессиональное (ПТУ, ПУ)
- 4) Среднее профессиональное (техникум, колледж)
- 5) Незаконченное высшее (обучение в вузе свыше трех курсов без получения диплома)
- 6) Высшее (имеется диплом бакалавра / специалиста / магистра)

**74. Каков Ваш профессиональный статус?** (Выберите, пожалуйста, необходимое количество вариантов ответа)

- 1) Студент (ка)
- 2) Предприниматель
- 3) Рабочий
- 4) Низкоквалифицированный работник
- 5) Специалист
- 6) Управленец среднего звена
- 7) Руководитель
- 8) Военнослужащий и работник МВД, ФСБ, ВОХР, курсант военных училищ, частный охранник.
- 9) Пенсионер
- 10) Временно не занят (а) / безработный (ая)
- 11) Другое *Напишите* \_\_\_\_\_

**75. Какое высказывание точнее всего описывает материальное положение Вашей семьи?** (Выберите, пожалуйста, один вариант ответа)

- 1) Денег не хватает даже на питание
- 2) На питание денег хватает, но одежду и обувь купить не можем
- 3) На одежду и обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем
- 4) На крупную бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем
- 5) На автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем
- 6) Можем позволить любые приобретения, в том числе дом или квартиру

ПРИЛОЖЕНИЕ 3  
ТАБЛИЦЫ ЛИНЕЙНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Таблица 1

Частота игры в будни (в % от ответивших)

Частота	%
менее часа	21
1-3 часа	62
4-7 ч	13
8-10 ч	3
более 10 часов	1
Сумма:	100

Таблица 2

Частота игры в выходные (в % от ответивших)

Частота	%
менее часа	6
1-3 часа	19
4-7 часов	55
8-10 часов	17
более 10 часов	3
Сумма:	100

Таблица 3

Время суток, в которое онлайн-геймеры играют в будни (в % от ответивших)

Время суток	%
00:01-06:00	4
06:01-12:00	5
12:01-18:00	37
18:01-00:00	54
Сумма:	100

Таблица 4

Время суток, в которое онлайн-геймеры играют в выходные (в % от ответивших)

Время суток	%
00:01-06:00	9
06:01-12:00	22
12:01-18:00	51
18:01-00:00	18
Сумма:	100

Таблица 5

## Предпочитаемые жанры игр (в % от ответов)

Жанры	%
Шутеры	33
ММОРПГ	23
Стратегии	16
Симуляторы	8
Аркады	5
Файтинги	4
Гонки	4
Логические	4
МОВА	3
Хорроры	1
Сумма:	100

Таблица 6

## Предпочитаемое устройство для игры (в % от ответивших)

Устройство	%
На ПК	84
На консолях (Play Station, Xbox, Wii)	13
На портативных консолях (PSP, PS Vita, DS,)	0
На смартфонах	3
Сумма:	100

Таблица 7

## Степень информированности об игровой индустрии (в % от ответивших)

Степень информированности	%
Полностью осведомлены	37
Скорее осведомлены, чем не осведомлены	52
Скорее не осведомлены, чем осведомлены	9
Полностью не осведомлены	1
Затруднились ответить	2
Сумма:	100

Таблица 8

## Источники информированности об онлайн играх (в % от ответов)

Источники	%
Видеопорталы (Youtube, Twitch и др.)	37
Социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др.)	36
Игровые порталы (Gameguru.ru., MMO Guider, Xgames-online и др.)	20
Форумы, посвященные онлайн играм	5
Журналы, посвященные онлайн играм	1
Ни один из них	1
Сумма:	100

Таблица 9

## Предпочитаемый способ общения с друзьями (в % от ответивших)

Способ общения	%
Через социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др.)	74
Лично	12
Через мессенджеры (What's App, Viber и др.)	10
По телефону	4
Сумма:	100

Таблица 10

## Предпочитаемый способ общения с близкими (в % от ответивших)

Способ общения	%
Лично	58
По телефону	23
Через мессенджеры (What's App, Viber и др.)	12
Через социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др.)	7
Сумма:	100

Таблица 11

## Частота занятий спортом (в % от ответивших)

Частота	%
Менее 1 раза в неделю	35
1-2 раза в неделю	32
3-4 раза в неделю	18
5-6 раз в неделю	5
Каждый день	11
Сумма:	100

Таблица 12

## Количество времени, затраченное на сон (в % от ответивших)

Количество времени	%
1-2 часа	1
3-4 часа	8
5-6 часов	14
7-8 часов	77
Итого ответивших:	100

Таблица 13

## Частота приема пищи в сутки (в % от ответивших)

Частота	%
1-2 раза	21
3-4 раза	73
5-6 раз	5
7-8 раз	1
Сумма:	100

Таблица 14

## Распространенные привычки онлайн-геймеров (в % от ответов)

Типы привычек	%
Ничего из вышеперечисленного	36
Неподвижный образ жизни	26
Курение	13
Переедание	9
Чрезмерное употребление алкоголя	7
Шопоголизм	5
Неразборчивость в сексуальных связях	4
Сумма:	100

Таблица 15

## Средняя оценка важности общечеловеческих ценностей

Ценности	Среднее
Семья	2,68
Материальное благополучие	3,2
Духовное саморазвитие	3,80
Получение новых знаний, освоение новых технологий	3,63
Общечеловеческие ценности (любовь, дружба, красота)	3,61
Свобода получать любую информацию без ограничений	4,07

Таблица 16

## Средняя оценка важности характеристик онлайн игры

Характеристики	Среднее
Жанр	2,99
Хорошая графика	3,82
Свободный игровой мир	3,84
Возможность «прокачки» персонажа	3,90
Популярность игры	4,20
Наличие серверов по всему миру	4,60
Разнообразие внутриигровых модификаций (скины, аксессуары, оружие)	4,66

Таблица 17

## Средняя оценка важности геймерских ценностей

Ценности	Среднее
Удовольствие	2,54
Отдых	3,20
Масштабный виртуальный мир	3,58
Игровая коммуникация	3,78
Самовыражение	3,89
Лидерство, состязательность, соперничество	4,01

Таблица 18

Оценка степени согласия с утверждениями, касающихся гражданской активности  
(в % от ответивших)

Суждения	Степень согласия					Сумма
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	Затруднились ответить	
Я хочу активно участвовать в жизни общества	18	34	34	10	4	100
От меня все равно ничего не зависит, общество само по себе, а я сам(а) по себе	12	25	28	29	6	100
Я не хочу участвовать в жизни общества, так как государство и без меня справляется	9	13	24	38	13	100

Таблица 19

Оценка степени согласия с суждениями, касающихся жизненных взглядов  
(в % от ответивших)

Суждения	Степень согласия					Сумма
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	Затруднились ответить	
Я тщательно обдумываю каждое решение, скорость преодоления жизненных препятствий зависит от обстоятельств	54	31	7	6	2	100
Я быстро принимаю решения и с легкостью преодолеваю жизненные препятствия	29	41	22	7	1	100
Я с трудом принимаю решения, жизненные трудности нелегко преодолеть	10	17	32	37	5	100

Таблица 20

Оценка степени согласия с суждениями, касающимися отношения к новым технологиям  
(в % от ответивших)

Суждения	Степень согласия					Сумма
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	Затруднились ответить	
Я тщательно обдумываю каждое решение, скорость преодоления жизненных препятствий зависит от обстоятельств	37	26	17	16	4	100

Я быстро принимаю решения и с легкостью преодолеваю жизненные препятствия	27	34	26	10	2	100
Я с трудом принимаю решения, жизненные трудности нелегко преодолеть	4	4	8	74	11	100

Таблица 21

Распространенные сленговые слова (в % от ответов)

Слова	%
тиммейт	23
катка	17
агр	14
дамаг	10
бан	7
лаг	7
хэдшот	7
нуб	6
пвп	5
бот	5
Сумма:	100

Таблица 22

Степень использования сленга в речи (в % от ответивших)

Степень использования	%
Да, использую	37
Скорее использую, чем не использую	31
Затрудняюсь ответить	0
Скорее не использую, чем использую	20
Нет, не использую	12
Сумма:	100

Таблица 23

## Частота ознакомления с правилами игры (в % от ответивших)

Частота	%
Всегда читаю	4
Обычно читаю	9
Затрудняюсь ответить	0
Иногда читаю	35
Никогда не читаю	51
Сумма:	100

Таблица 24

## Частота соблюдения правил игры (в % от ответивших)

Частота	%
Всегда соблюдаю	49
Обычно соблюдаю	45
Затрудняюсь ответить	0
Иногда соблюдаю	4
Никогда не соблюдаю	3
Сумма:	100

Таблица 25

## Наличие штрафов от администратора (в % от ответивших)

Наличие штрафов	%
Да, штрафовал	25
Нет, не штрафовал	75
Сумма:	100

Таблица 26

## Степень идентификации с онлайн геймерами (в % от ответивших)

Степень идентификации	%
Да, считаю	42
Скорее считаю, чем не считаю	34
Затрудняюсь ответить	1
Скорее не считаю, чем считаю	18
Нет, не считаю	6
Сумма:	100

Таблица 27

## Наличие членства в игровом клане (в % от ответивших)

Наличие членства	%
Да, состоят	53
Нет, не состоят	47
Сумма:	100

Таблица 28

## Оценка степени заинтересованности игровыми мероприятиями (в % от ответивших)

Игровые мероприятия	Степень заинтересованности			Сумма:
	Заинтересованы	Затруднились ответить	Совершенно не заинтересованы	
Игровой видеообзор	72	12	16	100
Прохождение видеоигр, стримы	60	10	29	100
Игровой турнир, соревнование	49	10	40	100

Таблица 29

## Частота просмотра игровых мероприятий (в % от ответивших)

Игровые мероприятия	Частота просмотра						Сумма
	Несколько раз в месяц	1 раз в месяц	1 раз в 2-3 месяца	1 раз в полгода	1 раз в году реже	Никогда не смотрю	
Игровой турнир, соревнование	21	17	16	10	13	24	100
Прохождение видеоигр, стримы	53	17	10	7	6	7	100
Игровой видеообзор	59	21	10	5	1	3	100

Таблица 30

## Преимущества онлайн игр (в % от ответов)

Преимущества	%
Возможность интересно провести время	34
Возможность снять эмоциональное напряжение	22
Возможность развить навыки и умения (скорость реакции, наблюдательность и т.д.)	15
Возможность сразиться с другими геймерами на виртуальном поле боя	14
Возможность создать свой собственный мир и «пожить» жизнью виртуального героя	13
Возможность заработать	2
Сумма:	100

Таблица 31

## Причины популярности онлайн игр (в % от ответов)

Причины популярности	%
Массовость	43
Техническая доступность	32
Интересные сюжеты	20
Высокое качество графики	6
Сумма:	100

Таблица 32

Оценка позитивных аспектов влияния онлайн-игр на игрока  
(в % от ответивших)

Суждения	Степень согласия					Сумма
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Затруднились ответить	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	
Игра помогает обрести новый круг общения	63	26	9	1	1	100
Игра снимает эмоциональное напряжение	55	36	7	1	1	100
Игра помогает примерить на себя новый статус, который не может быть достигнут в реальной жизни	51	31	10	7	1	100
Игра помогает приобрести новые знания и навыки	36	45	13	4	1	100
Игра уравнивает шансы людей (не важна внешность, место жительства, доход и т.д.)	40	30	18	10	1	100
Игра помогает стать более усидчивым и собранным	27	38	24	6	4	100

## Оценка негативных аспектов влияния онлайн-игр на игрока (в % от ответивших)

Суждения	Степень согласия					Сумма
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Затруднились ответить	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	
Игра отрицательно сказывается на физическом состоянии (переутомление, бессонница, болят глаза и т.д.)	12	28	42	15	3	100
Игра заставляет человека тратить ресурсы – время, деньги, здоровье	10	2	40	26	2	100
Неудачи в игре очень часто приводят в депрессивное состояние	9	20	33	35	3	100
Игра заменяет реальный мир и реальные взаимодействия между людьми	6	13	24	54	3	100
Игра искажает и разрушает важные человеческие ценности (ценность человеческой жизни, сострадание, доброта, сдержанность)	5	4	13	73	6	100
Игра приучает к жестокости	2	2	13	79	4	100

Таблица 34

## Самооценка позитивных аспектов влияния онлайн-игр (в % от ответивших)

Суждения	Степень согласия					Сумма
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Затруднились ответить	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	
Игра помогает обрести новый круг общения	70	24	4	1	1	100
Игра снимает эмоциональное напряжение	60	24	8	8	0	100
Игра помогает примерить на себя новый статус, который не может быть достигнут в реальной жизни	49	31	13	6	1	100
Игра помогает приобрести новые знания и навыки	48	23	13	13	2	100
Игра уравнивает шансы людей (не важна внешность, место жительства, доход и т.д.)	42	29	14	14	1	100
Игра помогает стать более усидчивым и собранным	38	27	25	7	2	100

Таблица 35

Самооценка негативных аспектов влияния онлайн-игр на игрока (в % от ответивших)

Суждения	Степень согласия					Сумма
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Затруднились ответить	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	
Игра отрицательно сказывается на физическом состоянии (переутомление, бессонница, болят глаза и т.д.)	14	18	29	36	2	100
Игра заставляет человека тратить ресурсы – время, деньги, здоровье	10	23	29	34	4	100
Неудачи в игре очень часто приводят в депрессивное состояние	8	17	27	46	3	100
Игра заменяет реальный мир и реальные взаимодействия между людьми	7	10	18	61	4	100
Игра искажает и разрушает важные человеческие ценности (ценность человеческой жизни, сострадание, доброта, сдержанность)	3	2	13	76	5	100
Игра приучает к жестокости	2	2	10	81	5	100

Таблица 36

## Основные проблемы современных онлайн игр (в % от ответивших)

Проблемы	%
Читеры	21
Алчность разработчиков и издателей	18
Вражда между игроками, неуважение друг к другу	18
Распространение внутриигровых покупок	15
Увеличение цен на игры, аксессуары, моды, скины	10
Неинтересные сценарии (сюжеты) игр	9
Растущие требования к техническому оснащению (мощности ПК, консолей) для игр	7
Чрезмерное увлечение разработчиков графикой, внешними атрибутами	2
Никаких проблем нет	0
Сумма:	100

Таблица 37

## Перспективы развития индустрии онлайн игр (в % от ответивших)

Перспективы	%
Состояние гейминга станет лучше	71
Гейминг не изменится ни в худшую, ни в лучшую сторону	19
Состояние гейминга станет хуже	10
Сумма:	100

Таблица 38

## Распределение респондентов по полу (в % от ответивших)

Пол	%
Мужской	90
Женский	10
Сумма	100

Таблица 39

## Распределение респондентов по возрасту (в % от ответивших)

Возраст	%
12-19 лет	43
20-29 лет	54
30-39 лет	2
40-49 лет	0
50-59 лет	0
60 лет и старше	1
Сумма:	100

Таблица 40

## Семейное положение онлайн-геймера (в % от ответивших)

Семейное положение	%
Не женат / не замужем	82
Состою в официальном браке	10
Состою в незарегистрированном браке	7
Вдовец / вдова	0
Разведен (а)	1
Сумма:	100

Таблица 41

## Наличие детей у онлайн-геймеров (в % от ответивших)

Наличие детей	%
Есть	6
Нет	94
Сумма:	100

Таблица 42

## Социальный статус онлайн-геймера (в % от ответивших)

Социальный статус	%
Студент (ка), учащий (ая) ся	59
Предприниматель	2
Рабочий	6
Низкоквалифицированный работник	4
Специалист	17
Управленец среднего звена	1
Руководитель	1
Военнослужащий и работник МВД, ФСБ, ВОХР, курсант военных училищ, частный охранник.	1
Пенсионер	1
Временно не занят (а) / безработный (ая)	9
Сумма:	100

Таблица 43

## Уровень образования (в % от ответивших)

Уровень образования	%
Основное среднее и ниже (9 классов школы и ниже)	18
Полное общее (11 классов школы)	27
Начальное профессиональное (ПТУ, ПУ)	0
Среднее профессиональное (техникум, колледж)	12
Незаконченное высшее (обучение в вузе свыше трех курсов без получения диплома)	13
Высшее (имеется диплом бакалавра / специалиста / магистра)	29
Сумма:	100

Таблица 44

## Материальное положение семьи (в % от ответивших)

Материальное положение	%
Денег не хватает даже на питание	1
На питание денег хватает, но одежду и обувь купить не можем	1
На одежду и обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем	27
На крупную бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем	39
На автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем	20
Можем позволить любые приобретения, в том числе дом или квартиру	12
Сумма:	100

ПРИЛОЖЕНИЕ 4  
ТАБЛИЦЫ ПАРНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Таблица 1

Половозрастная структура онлайн геймеров (в % по строкам)

Пол	Возраст						Сумма:
	12-19 лет	20-29 лет	30-39 лет	40-49 лет	50-59 лет	60 лет и старше	
Мужской	45	53	1	0	0	1	100
Женский	29	65	6	0	0	0	100

Таблица 2

Семейное положение онлайн-геймеров в зависимости от пола  
(в % по строкам)

Пол	Семейное положение						Сумма:
	Состою официальном браке	Не женат / не замужем	Состою незарегистрированном браке	Вдовец / вдова	Разведен (а)		
Мужской	9	84	8	0	0		100
Женский	18	71	6	0	6		100

Таблица 3

Средняя оценка важности духовного саморазвития в зависимости от пола

Пол	Среднее
Мужской	3,93
Женский	2,64

Таблица 4

Средняя оценка важности хорошей графики в зависимости от пола

Пол	Среднее
Мужской	3,95
Женский	2,71

Таблица 5

Оценка степени согласия с суждением «Я быстро принимаю решения и с легкостью преодолеваю жизненные препятствия» в зависимости от пола (в % по строке)

Пол	Степень согласия					
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	Затруднились ответить	Сумма:
Мужской	30	42	21	5	1	100
Женский	18	29	29	24	0	100

Таблица 6

Средняя оценка важности отдыха в зависимости от наличия детей

Наличие детей	Среднее
Есть	2,50
Нет	3,25

Таблица 7

Оценка степени согласия с суждением «Я быстро принимаю решения и с легкостью преодолеваю жизненные препятствия» в зависимости от наличия детей (в % по строке)

Наличие детей	Степень согласия					
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	Затруднились ответить	Сумма:
Есть	40	50	0	0	10	100
Нет	28	40	23	8	1	100

Таблица 8

Оценка степени согласия с суждением «Игра заменяет реальный мир и реальные взаимодействия между людьми» в зависимости от наличия детей (в % по строке)

Наличие детей	Степень согласия					
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	Затруднились ответить	Сумма:
Есть	30	0	10	60	0	100
Нет	5	11	18	61	5	100

Таблица 9

Уровень образования респондентов в зависимости от возраста (в % по строкам)

Возраст	Уровень образования						Сумма:
	Основное среднее и ниже	Полное общее (11 классов в школы)	Начальное профессиональное (ПТУ, ПУ)	Среднее профессиональное (техникум, колледж)	Незаконченное высшее (обучение в вузе свыше трех курсов без получения диплома)	Высшее (имеется диплом бакалавра / специалиста / магистра)	
12-19 лет	38	49	0	7	4	1	100
20-29 лет	2	10	0	17	20	51	100
30-39 лет	0	33	0	0	33	33	100

Таблица 10

Частота занятий спортом в зависимости от социального статуса респондента (в % по строке)

Социальный статус	Частота занятий спортом					Сумма:
	Менее 1 раза в неделю	1-2 раза в неделю	3-4 раза в неделю	5-6 раз в неделю	Каждый день	
Учащиеся	31	41	19	4	5	100
Работающие	40	25	14	8	14	100
Временно не занятые	43	0	29	0	29	100
Пенсионеры	0	0	0	0	100	100

Таблица 11

Частота приема пищи в сутки в зависимости от количества времени, затрачиваемого на сон (в % по строкам)

Количество времени на сон	Частота приема пищи в сутки				Сумма:
	1-2 раза	3-4 раза	5-6 раз	7-8 раз	
до 4 часов	40	40	13	7	100
5-6 часов	9	83	9	0	100
7-8 часов	21	75	3	0	100

Таблица 12

Распространенные привычки в зависимости от частоты приема пищи в сутки  
(в % по строкам)\*

Частота приема пищи в сутки	Привычки							Сумма:
	Курение	Чрезмерное употребление алкоголя	Шопоголизм	Переядание	Неподвижный образ жизни	Неразборчивость в сексуальных связях	Ничего вышеперечисленного	
1-2 раза	26	14	9	6	26	6	43	129
3-4 раза	13	7	4	13	36	5	50	129
5-6 раз	13	0	38	25	50	0	25	150
7-8 раз	100	100	0	100	0	0	0	300

\* Сумма процентов более 100, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответов

Таблица 13

Распространенные привычки в зависимости от частоты занятий спортом (в % по строкам)\*

Частота занятий спортом	Привычки							Сумма
	Курение	Чрезмерное употребление алкоголя	Шопоголизм	Переядание	Неподвижный образ жизни	Неразборчивость в сексуальных связях	Ничего вышеперечисленного	
Менее 1 раза в неделю	16	9	9	16	54	7	30	140
1-2 раза в неделю	14	12	4	8	35	0	51	124
3-4 раза в неделю	28	3	10	10	17	7	59	135
5-6 раз в неделю	0	0	13	25	0	0	63	100

Каждый день	17	11	0	11	11	11	67	128
-------------	----	----	---	----	----	----	----	-----

\* Сумма процентов более 100, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответов

Таблица 14

Время для игры в будни в зависимости от наличия детей (в % по строкам)

Наличие детей	Время для игры в будни				
	00:01-06:00	06:01-12:00	12:01-18:00	18:01-00:00	Сумма:
Есть	30	10	50	10	100
Нет	3	5	36	57	100

Таблица 15

Предпочитаемые жанры игр в зависимости от семейного положения респондентов (в % по строкам)\*

Семейное положение	Предпочитаемые жанры игр										
	ММОРПГ	Шутеры	Симуляторы	Гонки	Файтинги	Стратегии	Аркады	Логические	MOB A	Хорроры	Сумма:
Состоят в браке	54	82	32	7	11	29	0	4	4	14	236
Не состоят в браке	52	73	16	8	8	38	13	9	6	0	223

\* Сумма процентов более 100, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответов

Таблица 16

Предпочитаемое устройство для игры в зависимости от возраста респондентов (в % по строкам)

Возраст	Предпочитаемое устройство для игры				
	На ПК	На консолях (Play Station, Xbox, Wii)	На портативных консолях (PSP, PS Vita, DS,)	На смартфонах	Сумма:
12-19 лет	85	16	0	0	100
20-29 лет	84	10	0	6	100
30-39 лет	33	67	0	0	100

Таблица 17

Источники информированности об онлайн играх в зависимости от предпочитаемого устройства для игры (в % по строкам)\*

Предпочитаемое устройство для игры	Источники информированности об онлайн играх						
	Видеопорталы (Youtube, Twitch и др.)	Игровые порталы (Gameguru.ru, MMO Guider, Xgames-online и др.)	Социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др.)	Форумы, посвященные онлайн играм	Журналы, посвященные онлайн играм	Ни один из них	Сумма:
На ПК	89	50	91	12	2	2	246
На консолях (Play Station, Xbox, Wii)	86	41	82	9	5	0	223
На смартфонах	80	20	20	20	0	20	160

\* Сумма процентов более 100, т.к. у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответов

Таблица 18

Наличие штрафов от администратора в зависимости от социального статуса геймеров (в % по строкам)

Социальный статус	Наличие штрафов от администратора		
	Да, штрафовал	Нет, не штрафовал	Сумма:
Учащиеся	34	66	100
Работающие	8	92	100
Временно не занятые	14	86	100
Пенсионеры	100	0	100

Таблица 19

Степень идентификации с онлайн геймерами в зависимости от возраста (в % по строкам)

Возраст	Степень идентификации с онлайн геймерами					
	Да, считаю	Скорее считаю, чем не считаю	Затрудняюсь ответить	Скорее не считаю, чем считаю	Нет, не считаю	Сумма:
12-19 лет	52	32	0	11	4	100
20-29 лет	33	36	1	24	7	100
30-39 лет	33	0	0	33	33	100

Таблица 20

Оценка степени заинтересованности игровым турниром и соревнованием в зависимости от возраста (в % по строкам)

Возраст	Степень заинтересованности			Сумма:
	Заинтересованы	Затруднились ответить	Совершенно не заинтересованы	
12-19 лет	65	6	30	100
20-29 лет	37	15	48	100
30-39 лет	33	0	67	100

Таблица 21

Оценка степени заинтересованности игровыми мероприятиями в зависимости от социального статуса (в % по строкам)

Социальный статус	Прохождение видеоигр			Игровой видеообзор			Сумма
	Заинтересованы	Затруднились ответить	Совершенно не заинтересованы	Заинтересованы	Затруднились ответить	Совершенно не заинтересованы	
Учащиеся	68	12	21	74	14	13	100
Работающие	60	4	37	75	12	14	100
Временно не занятые	21	21	57	57	0	43	100
Пенсионеры	0	50	50	0	50	50	100

Таблица 22

Оценка степени согласия с суждением «Новые технологии пугают меня» в зависимости от наличия детей (в % по строкам)

Наличие детей	Степень согласия					Сумма:
	Совершенно согласны	Скорее согласны, чем не согласны	Скорее не согласны, чем согласны	Совершенно не согласны	Затруднились ответить	
Есть	30	0	10	60	0	100
Нет	2	4	8	75	12	100