

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Социология»

(наименование кафедры)

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки, специальности)

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: «Компьютерная геймификация как социальный феномен формирования комфортной сетевой среды»

Студент

Я.С. Сокерин

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Т.Н. Иванова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой

д-р социол. наук, профессор Т. Н. Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Тольятти 2019

## Аннотация

**Целью изучения** бакалаврской работы является анализ социальных особенностей компьютерной геймификации как социального феномена.

**Объектом исследования** бакалаврской работы является компьютерная геймификация. **Предмет исследования** – компьютерная геймификация как социальный феномен формирования комфортной сетевой среды. В структуру бакалаврской работы входит введение, две главы, четыре параграфа, заключение, список литературы и источников, приложения.

В первом параграфе первой главы рассматриваются теоретико-методологические подходы к изучению феномена геймификации.

Во втором параграфе первой главы теоретические подходы анализа информационно-сетевое общества и примеры работ в сфере создания комфортной среды, а также дается определение таким понятиям как «комфортная среда» и «комфортная сетевая среда».

В первом параграфе второй главы рассмотрено мнение респондентов о компьютерных играх как о способе комфортного времяпрепровождения, полученное при помощи веб-анкетирования.

Во втором параграфе второй главы по результатам экспертного интервью описаны мнения экспертов в игровой сфере по поводу компьютерных игр и времяпрепровождения за ними.

**Оглавление**

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические аспекты развития геймификации как социального феномена формирования комфортной сетевой среды.....	8
1.1. Методологические принципы анализа феномена геймификации.....	8
1.2. Формирование комфортной сетевой среды как основы геймификации.....	16
Глава 2. Эмпирическое изучение социальных характеристик компьютерной геймификации.....	23
2.1. Факторный анализ формирования комфортной сетевой среды.....	23
2.2. Социологическая оценка мнений участников компьютерной геймификации.....	35
Заключение.....	51
Список используемой литературы и источников.....	53
Приложение 1. Программа исследования.....	58
Приложение 2. Анкета исследования.....	69
Приложение 3. Вопросы экспертного интервью.....	75
Приложение 4. Таблица результатов анкетирования.....	76

## Введение

**Актуальность темы исследования.** XXI век стал временем многих инновационных открытий. По мере бурного развития науки и технологий, параллельно им развивались и другие сферы жизнедеятельности человека. Этим нововведениям старались найти место и эффективное применение как в производстве, так и в досуге.

Одним из главных нововведений стал компьютер. Хотя и первый персональный компьютер появился только в 1969 году, эта техника еще не была широко распространена среди общества. Но уже с начала 2000-х компьютеры стали появляться, как и у многих слоев населения различных стран, так и на различных производствах для облегчения рабочего процесса.

Компьютер быстро влился в повседневную жизнь многих людей. Так, по данным опроса Левада-Центра ежедневно или несколько раз в неделю компьютером пользуются 48% россиян<sup>1</sup>. Если мы сами обратим внимание, то легко заметим, что большую часть времени проводим за компьютером. Каждый человек пользуется компьютерными технологиями в своих целях. Кто-то для работы, а кто-то для развлечения или проведения своего досуга.

Интересно обратить внимание на ту группу населения, которая проводит свое время за игрой в компьютерные игры.

По результатам опроса Фонда Общественное Мнение 28% россиян играют в компьютерные игры, 7% же играют каждый день<sup>2</sup>. Большинство людей компьютерные игры воспринимаются как простой вид досуга, иногда даже бессмысленный. Однако компьютерные игры и технология их создания так же развиваются вместе с технологическим прогрессом. Они начинают предлагать различные возможности, которые интересны людям: от простого развлечения до обучения языкам или различным навыкам. Благодаря

---

<sup>1</sup>Компьютеры и интернет в жизни россиян // Левада-Центр // URL: <https://www.levada.ru/2013/05/17/kompyutery-i-internet-v-zhizni-rossiyan/> (дата обращения: 15.09.2018).

<sup>2</sup> О компьютерных играх // ФОМ // URL: <https://fom.ru/Kultura-i-dosug/10991> (дата обращения: 15.09.2018).

Интернету, люди могут общаться и обмениваться информацией. А в играх Интернет же позволяет им и взаимодействовать друг с другом, проводить совместно время, несмотря на то, что они находятся в совершенно разных точках страны или даже мира.

Компьютерные игры постепенно становятся для некоторых людей не просто способом интересно провести время. За счет игр они не только отдыхают и общаются, но даже и развиваются, обучаются различным навыкам, зарабатывают деньги. Именно поэтому игры перестают быть простым развлечением. Благодаря тем возможностям, которые предоставляют компьютерные игры, люди формируют для себя такую среду, которую можно назвать комфортной. Людям интереснее проводить время в виртуальном мире, и этому могут способствовать различные причины. Именно этот процесс можно назвать компьютерной геймификацией комфортной сетевой среды.

**Степень научной разработанности проблемы.** В связи недавнего распространения тем геймификации и комфортной среды изучения в этих направлениях несут в основном теоретический характер. Большинство работ несут схожее содержание, а также существует слишком малая база научных исследований. Однако, существуют несколько взглядов на определение геймификации. Так, К. Хуотари и Дж. Хамари называют геймификацию процессом улучшения взаимодействия с потребителем с предоставлением игрового опыта для поддержания отношений<sup>3</sup>. Б. Рид считает, что геймификация – набор эффективных решений, которые улучшают производительность и обучаемость<sup>4</sup>.

**Целью бакалаврской работы** является анализ социальных особенностей компьютерной геймификации как социального феномена.

**Объектом** исследования является компьютерная геймификация.

---

<sup>3</sup>Huotari, K., & Hamari, J. Defining Gamification – A Service Marketing Perspective // Proceedings of the 16th International Academic MindTrek Conference. 2012. URL: [https://www.researchgate.net/publication/259841647\\_Defining\\_Gamification\\_-\\_A\\_Service\\_Marketing\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/259841647_Defining_Gamification_-_A_Service_Marketing_Perspective) (дата обращения: 15.09.2018).

<sup>4</sup>Brendan Read. Microsoft Uses Gamification to Boost Performance, Skills and Communication across Thousands of Agents // Frost & Sullivan. 2016. URL: [https://www.gameeffective.com/wp-content/uploads/FS\\_CS\\_GamEffective-AgentProductivity\\_BBR\\_112916\\_CAM-v2.pdf](https://www.gameeffective.com/wp-content/uploads/FS_CS_GamEffective-AgentProductivity_BBR_112916_CAM-v2.pdf) (дата обращения: 15.09.2018).

**Предметом** исследования является компьютерная геймификация как социальный феномен формирования комфортной сетевой среды.

Для достижения поставленной цели нами поставлены следующие **задачи**:

1. раскрыть методологические принципы анализа геймификации;
2. рассмотреть формирование комфортной сетевой среды как основы геймификации;
3. проанализировать факторы формирования комфортной сетевой среды;
4. изучить мнения участников о компьютерной геймификации;
5. исследовать компьютерную геймификацию как социальный феномен формирования комфортной сетевой среды.

**Теоретико-методологическая база исследования.** Содержание и специфику данного исследования в значительной степени определяют подходы:

**Феноменологический подход** (А. Щюц, П. Бергер, Т. Лукман) направлен на изучение того, как действительность воспринимается людьми в обыденной, повседневной жизни. Данный подход позволяет изучить то, как люди воспринимают социальную реальность в своей повседневной жизни посредством компьютерных игр.

**Сетевой подход** (М. Кастельс, Я. Л. Морено, Г. Зиммель) позволит связать разнообразные микросообщества, находящиеся внутри игрового сообщества, внутри которых взаимодействуют люди.

**Территориальный подход** (Г. Зиммель, А. Щюц, П. А. Сорокин) позволит изучить взаимодействие игроков в рамках игрового пространства, так как данный подход направлен на изучение пространственного устройства социальной жизни. Из-за того, что многие современные игры предоставляют возможность игры по сети, то многие игроки могут взаимодействовать между собой, находясь в разных частях планеты.

**Психологический подход** (Г. Тард, Г. Лебон) позволит изучить мотивы, мысли, представления человека о комфортной среде, так как понятие комфортной среды у каждого человека субъективно.

**Методы исследования:** анкетирование и экспертное интервьюирование.

**Эмпирическая база исследования.** Для получения информации о факторах формирования комфортной сетевой среды было проведено веб-анкетирование. В ходе исследования изучается выборочная совокупность (n=570 человек). Было проведено экспертное интервью, в котором приняли участие (n=5) экспертов-респондентов.

**Структура бакалаврской работы.** Работа состоит из введения, двух глав (каждая из которых состоит из двух параграфов), заключения, списка используемой литературы и источников и приложения.

## Глава 1. Теоретические аспекты развития геймификации как социального феномена формирования комфортной сетевой среды

### 1.1. Методологические принципы анализа феномена геймификации

В ходе изучения вопроса повышения заинтересованности людей в работе, товарах или услугах ученые искали разные способы, с помощью которых можно было влиять на вовлечение граждан в различные процессы: начиная от рабочего процесса, заканчивая обычными покупками в магазине. Одним из эффективных способов является внедрение игровых элементов в эти процессы. Им нашли применение в сферах менеджмента, маркетинга и обучения. С этим процессом связана концепция геймификации.

Сам термин стал использоваться сравнительно недавно. Еще в начале 2000-х годов геймификация как тренд появилась в приложении GoogleTrends, которое показывает частоту поиска тех или иных терминов<sup>5</sup>. Но впервые термин «геймификация» был использован в 2003 году английским разработчиком игр Н. Пеллингом. Им же была озвучена идея о том, что игровые механизмы можно применять не только к потребительским товарам<sup>6</sup>.

Сам же термин «геймификация», или «игрофикация», означает «процесс использования игрового мышления и динамики игр для вовлечения аудитории и решения задач»<sup>7</sup>. То есть, под геймификацией понимается использование каких-либо игровых элементов или механик в неигровых ситуациях для решения различных задач и проблем.

Обратимся к определению, которое дала исследовательская компания Gartner: «Геймификация – это концепция, основанная на применении игровых механик, методов, принципов и приемов к неигровым видам деятельности,

---

<sup>5</sup> Артамова В. В. Исторические аспекты развития концепции геймификации // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Том 10 №2/1. С. 54.

<sup>6</sup> Артамонова В. В. Развитие концепции геймификации в XXI веке // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Том 10 №2/2. – С. 40.

<sup>7</sup> Пуляевская А. Игрофикация или геймификация // NITforYou. 2016 // URL: <http://nitforyou.com/gamification/> (дата обращения: 15.09.2018).



таким, к примеру, как подбор персонала, образование или пропаганда здорового образа жизни»<sup>8</sup>.

Также следует отметить, что под собой представляют игровые элементы. Под игровыми элементами или механиками можно понимать набор предметов, используемых в игре, то, как эти предметы взаимодействуют друг с другом, и правила, по которым строятся эти взаимодействия<sup>9</sup>. В любой игре встречаются такие элементы. Например, в шахматах у нас есть фигуры, которые двигаются и взаимодействуют по определенным правилам.

При использовании геймификации в различных процессах мы так же будем использовать игровые элементы, но мы можем изменять игровые элементы таким образом, чтобы они помогали нам достичь поставленных задач.

Рассмотрим основные этапы становления концепции геймификации.

В своей статье «Исторические аспекты развития концепции геймификации» исследователь В.В. Артамова выделяет шесть следующих этапов:

- 1) Игра как культуuroобразующий фактор (III в. до н.э. – настоящее время);
- 2) Игровые элементы в общественно-социальной жизни (XVIII в. – настоящее время);
- 3) Игровые элементы в маркетинге (начало XX в. – настоящее время);
- 4) Игровые элементы в управление персоналом (начало XX в. – настоящее время);
- 5) Математический подход: теория игр (середина XX в. – настоящее время);
- 6) Концепция ролей и ролевых игр (вторая половина XX в. – настоящее время)<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup>Интеллектуальный клуб 4brain // URL: <https://4brain.ru/gamification/index.php> (дата обращения: 15.11.2018).

<sup>9</sup>Пуляевская А. Игрофикация или геймификация // NITforYou. 2016 // URL: <http://nitforyou.com/gamification/> (дата обращения: 15.09.2018).

<sup>10</sup>Артамова В. В. Исторические аспекты развития концепции геймификации // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Том 10 №2/1. С. 54.

Первый этап развития концепции геймификации связан с зарождением простых игр, так как она непосредственно связана с игровыми элементами. Сами же игры, как считает автор труда «Человек играющий» Й. Хейзинга, являются культурообразовательным феноменом<sup>11</sup>.

Следующий этап связан с первыми опытами применения игр для решения конкретных задач. Одна из таких попыток принадлежала Г. Терстегену, который в XVIII в. разработал карточную игру – лотерею, состоящую из 365 карт. Каждая карта из колоды содержала какую-либо молитву или мудрость для верующих людей. Так, Терстеген смог объединить в своей игре как и развлекательный, игровой аспект, так и приобщение людей к религии., так как в то время церковь играла важную роль в обществе<sup>12</sup>. Также одни из успешных примеров использования игр в общественной сфере является использованная в XVIII в. французским военным руководством акция. За денежное вознаграждение предлагалось решить проблему сохранения пищи<sup>13</sup>. Здесь правительству удалось посредством игры завлечь интеллектуальные массы Франции, что привело к открытию способов консервации.

Третий этап связан с активным использованием игровых методик в маркетинге. Даже сейчас мы можем увидеть различные примеры использования данных методик. К ним относятся, как и различные акции, так и программы лояльности, предлагающие после определенного периода пользования продукцией или услугами компании возможность воспользоваться ими уже бесплатно или на более выгодных условиях.

Четвертый этап развития концепции геймификации связан с использованием игровых элементов с сферы управления персоналом. Большой вклад в развитие геймификации в бизнес-среде внесли основоположники «Школы научного управления». Они предполагали, что геймификация основана на похожих принципах наблюдения и измерения, как и научный

---

<sup>11</sup>Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий. Опыт определения игрового элемента культуры. - СПб.: ИД Ивана Лимбаха, 2017. –С. 22.

<sup>12</sup>Артамова В. В. Исторические аспекты развития концепции геймификации // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Том 10 №2/1. С. 55.

<sup>13</sup> Там же.

анализ, которые позволяли бы реорганизовать рабочий процесс и отдых рабочих<sup>14</sup>.

В середине XX в. Д.Ф. Рой доказал, что игровая составляющая и человеческий фактор взаимосвязаны в рамках рабочего процесса. Социолог в своей статье проанализировал взаимодействие фабричных рабочих небольшой группы в течении двух месяцев. Сам рабочий процесс был монотонным и однообразным, однако рабочие поддерживали свою заинтересованность с помощью ритуальной ежедневной игры. Это исследование показало, что игровые элементы в рабочем процессе могут не только повысить производительность труда, но и повлиять на психологический климат в коллективе<sup>15</sup>.

Научным сообществом термин «геймификация» почти не использовался. Так было до 2010 года, так как накопился опыт эффективного использования и реализации проектов, связанных с данной концепцией. Однако, наблюдается и ряд проблем, связанных с недостаточной теоретической проработкой<sup>16</sup>.

Тем не менее была выделена главная задача геймификации – использование психологии игр для повышения вовлеченности сотрудников или клиентов, формирования новых опытов и путей решения задач<sup>17</sup>.

В основе геймификации лежат различные поведенческие и психологические принципы, но особое влияние этот процесс оказывает на следующие четыре:

- 1) принцип мотивации;
- 2) принцип неожиданных открытий и поощрений;
- 3) принцип статуса;
- 4) принцип вознаграждений<sup>18</sup>.

Рассмотрим каждый из этих принципов.

---

<sup>14</sup>Там же. С. 56.

<sup>15</sup> Там же.

<sup>16</sup> Артамонова В. В. Развитие концепции геймификации в XXI веке // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Том 10 №2/2. – С. 40.

<sup>17</sup> Там же.

<sup>18</sup>Интеллектуальный клуб 4brain // URL: <https://4brain.ru/gamification/index.php> (дата обращения: 17.09.2018).

**Первый принцип** – это принцип мотивации. Для любого действия должна быть мотивация. Она может быть разной: поступать изнутри или быть извне, иметь положительный или отрицательных характер. Однако, наиболее эффективной будет та мотивация, которая несет положительный характер. Например, мотивация получить удовольствие.

Во время игрового процесса человек получает удовольствие, как и от самого процесса, так и от результата, если это результат был в его пользу.

**Второй принцип** – принцип неожиданных открытий и поощрений. Этот принцип может хорошо понять игрок, который во время прохождения игры неожиданно наткнулся на секрет, какую-либо комнату, в которой находится предмет, облегчающий дальнейших игровой процесс. После этого у игрока возникнет желание более тщательно исследовать последующие уровни для открытия таких же секретных мест.

Этот же принцип может использоваться и в рабочем процессе. Руководитель может так же награждать работников, например, похвалой или какими-то другими бонусами. Это не только будет повышать настроение рабочих, но и также вызовет любопытство и заинтересованность в процессе решения последующих задач.

**Третий принцип** – принцип статуса. Одной из потребностей, выделенных в пирамиде А. Маслоу, является потребность в признании и уважение. Так, во многих играх существует соревновательный аспект, посредством которого человек обретает определенный статус. Благодаря этому люди стремятся добиться успеха в том или ином соревновательном процессе. Этот успех может не только поспособствовать повышению уважения у окружающих, но также повысит самооценку самого человека, что в последующем скажется и на его вовлеченности как в рабочий, так и в учебный процесс.

**Четвертый принцип**, лежащий в основе концепции геймификации, это принцип вознаграждений. Сами вознаграждения так или иначе уже фигурировали в упомянутых нами ранее принципах, но все-таки следует

выделять данный принцип отдельно. Все из-за того, что у любого человека свои желания и предпочтения. Поэтому очень важно выбирать те награды, которые будут интересны нужной «целевой аудитории». Также награда должна быть достаточно ценной для человека, участвующего в процессе, так как он может потерять интерес к последующему участию.

Следует ответить на вопрос: «Почему в данный момент многие руководители и маркетологи стали прибегать к методам геймификации?». Мы можем выделить три причины:

- 1) вовлеченность;
- 2) эксперимент;
- 3) результат<sup>19</sup>.

Рассмотрим каждую из причин подробнее.

Как мы уже поняли, геймификация служит инструментом создания условий, которые мотивируют людей. Как маркетологу, так и работодателю необходимо как-то вовлекать и удерживать те лица, которые у них уже имеются. Благодаря внедрению различных игровых техник это удастся сделать, так как любая игра вызывает удовольствие у людей. Это удовольствие и увлекает их в процесс. Благодаря этому игровые механики используют не только для продажи товара и повышение производительности труда, но и для мотивирования людей к занятию спортом, здоровому питанию и т.д.

Под экспериментом здесь понимается процесс поиска решений к успешному выполнению задачи. Играя, человек может либо проиграть, либо выиграть. Человек конечно же будет стремиться к победе, для чего он будет искать различные пути и способы, с помощью которых он сможет этого добиться. В связи с этим, если грамотно устроить процесс, в который были внедрены игровые элементы, т. е. сделать достигаемую задачу не слишком сложной, но и не слишком простой, то это будет побуждать человека к улучшению своих результатов.

---

<sup>19</sup>Интеллектуальный клуб 4brain // URL: <https://4brain.ru/gamification/index.php> (дата обращения: 1.10.2018).

Последний причиной является результат. Многие эксперты ориентируются на успешные применения геймификации. Существует множество компаний, которые внедряют в свою деятельность игровые элементы. И именно успешные результаты использования геймификации таких компаний, как Samsung, Nike, Microsoft, AmericanExpress побуждают использовать игровые механики в своей деятельности.

Рассмотрим некоторые примеры применения геймификации в различных сферах.

Как нами уже отмечалось, игровые механики могут использоваться в процессе управления персоналом. К этому можно отнести не только менеджмент, но и даже наем новых сотрудников. Так, крупная маркетинговая компания Upstream для отбора сотрудников создала игру «TheChallenge», состоящую из семи миссий, связанных с конкретным аспектом маркетингового анализа. Участники игры, получившие наибольшие баллы по результатам соревнования становятся сотрудниками Upstream<sup>20</sup>.

Если обращаться к отечественным примерам использования геймификации в менеджменте, то стоит обратить внимание на опыт сети кофеен «Шоколадница». Эта компания одна из первых внедрила геймификацию в процесс управления персоналом в России. В результате официанты получили доступ к онлайн-игре, в ходе которой получали бонусы за продажу конкретных блюд и напитков<sup>21</sup>.

Следующей сферой применения геймификации, которую мы рассмотрим, является сфера маркетинга. Здесь перед специалистами стоит задача не только вовлечь потребителя в процесс приобретения товара, но и существует потребность удерживать этих потребителей. Благодаря игровым элементам можно добиться такого эффекта, что от покупок потребители испытывали бы положительные эмоции. Эти положительные эмоции не только бы

---

<sup>20</sup>Хлопкова О. Человек играющий или геймификация социальной реальности // TheWall. 2017. // URL: <http://thewallmagazine.ru/gaming/> (дата обращения: 1.10.2018).

<sup>21</sup> Там же.

способствовали последующей верности бренду, но и привлекали бы новых покупателей.

Ярким примером использования геймификации является акция, запущенная в 2010 году оператором связи МТС. Компания организовала масштабный сити-квест RedQuest. В ходе игры участники защищали планету, отвечали на вопросы по истории и мифологии. За активацию нового тарифного плана и специальных предложений игроки получали дополнительные баллы. Баллы, полученные за выполненные задания и подключённые услуги, можно было легко обменять на призы. 3,5 миллиона человек приняли участие в игре. Итогом квеста стал рост числа пользователей нового тарифного плана на 20 %<sup>22</sup>.

И, наконец, рассмотрим пример использования геймификации в обучении. Обычно игровые элементы используются в процессе обучения у младших поколений. Однако уже сейчас в учебный процесс внедряются различные игровые элементы и даже создаются игровые платформы для более эффективного обучения. Примером может послужить популярный ресурс изучения иностранных языков Duolingo. Пользователю предлагается изучать иностранные языки в виде прохождения уровней. За каждый пройденный уровень обучающийся зарабатывает бонусы, которые можно использовать в виде подсказок. По словам пользователей, такая система обучения более увлекательна и поддерживает интерес к процессу.

Таким образом, мы можем сказать, что геймификация является новым и эффективным направлением во многих сферах социальной жизни. Хотя эта концепция и продолжает активно исследоваться, её принципами успешно пользуются различные люди и компании.

---

<sup>22</sup> Там же.

## 1.2. Формирование комфортной сетевой среды как основы геймификации

В ходе информационной революции, которая протекала в конце XX века, многие ученые различных сфер начинали изучать этот процесс, в дальнейшем обосновывая его либо как переход к обществу совершенно нового типа, которое в дальнейшем стали называть информационным обществом. Одним из ученых, изучавших информационное общество, является испанский социолог Мануэль Кастельс. Социолог называет новое формирующееся общество сетевым, так как оно «создано сетями производства, власти и опыта, которые образуют культуру виртуальности в глобальных потоках, пересекающих время и пространство»<sup>23</sup>. Ярким примером такого «потока» мы можем назвать интернет.

Интернет уже давно закрепился в повседневной жизни общества, из-за чего он неизбежно оказывал влияние и преобразовывал существующие модели социального взаимодействия людей в обществе<sup>24</sup>. Посредством глобальной сети происходит формирование виртуальных сообществ, а так же новых моделей социальных отношений, приходящих на смену формам взаимодействия между людьми, основанными на территориальных связях<sup>25</sup>.

В настоящее время интернет является основной структурой, обеспечивающей коммуникацию и обмен информацией. Все это благодаря тому, что он способен передавать данные на любое расстояние за короткое время, что определяет современное общество, которое направленно в основном на взаимодействие в сети. Сетевая среда неизбежно становится основной средой не только обмена и получения информации, но и средой жизнедеятельности общества. Объясняется это тем, что интернет и компьютерные технологии со временем трансформировались из инструментов

---

<sup>23</sup>Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — С. 505.

<sup>24</sup>Шилина М. Г. Коммуникация в интернете: методологические основания исследования // Известия Юго-Западного государственного университета. 2014. № 4. С. 126.

<sup>25</sup>Чамкин А. С. Организационные и социальные особенности глобальной коммуникации в интернете // Системная психология и социология. 2014. № 3. С. 115.



для получения и обработки информации в объекты, без которых современное общество не может существовать.

Концепция «сетевого общества», предложенная М. Кастельсом, охватывающей практически все области человеческой деятельности<sup>26</sup>. Социолог выделял тот факт, что люди живут в мире своих вездесущих аватаров – виртуальная реальность становится основной жизни, уничтожая понятие «время»<sup>27</sup>. Поэтому Кастельс видит в развивающихся сетевых связях новые предпосылки для развития новых форм социальной организации, так как благодаря технологическому прогрессу и новым телекоммуникационным технологиям обмен информации внутри и между обществами происходит мгновенно.

Главным изменением в социальной организации М. Кастельс считает появление совершенно новой формы коммуникации, которая не существовала ранее. Появление новых технологий в сфере коммуникации в последние годы происходили укоренными темпами. Так, если на момент 2000 г. сетью Интернет пользовались 6,8% всего населения Земли, то на момент 2016 г. количество пользователей от общего населения уже составляло 46,1%. Особенно быстро Интернет распространялся в развивающихся странах<sup>28</sup>. Также быстро развивались и технологии беспроводных коммуникаций. В XXI в. создаются различные мобильные устройства, которые предоставляют доступ к сети Интернету. Для модели коммуникации, характеризующей сетевое общество, беспроводная коммуникация является доминантной формой коммуникации.

Мануэль Кастельс считает, что Интернет и беспроводная коммуникация не являются средствами массовой информации в традиционном смысле, он

---

<sup>26</sup>Лысак И. В., Косенчук Л. Ф. Современное общество как общество сетевых структур // Информационное общество. 2015. № 2-3. С. 46.

<sup>27</sup>Моргунов А. А. Специфика коммуникативных отношений в сетевом обществе // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2013. № 7. С. 68.

<sup>28</sup>Доступ к интернету в мире: статистика, тренды // Новый репортер // URL: <https://newreporter.org/2016/03/28/dostup-k-internetu-v-mire-statistika-trendy/> (дата обращения: 6.10.2018).

называет их средствами интерактивной коммуникации<sup>29</sup>. Именно Интернет, по мнению социолога, становится «столпом» повседневности современного общества. Для многих индивидов Интернет как-либо связан или становится основой их работы, личного свободного времени, местом получения информации, развлечения, предоставления и пользования государственными услугами. Так же СМИ и различные продукты становятся оцифрованными и находятся в глобальной сети.

В настоящее время индивиды, которые являются частью сетевого общества, строят собственные системы массовой коммуникации, активно используя интернет и мобильную связь: создаются различные сервисы для обмена информацией, например, Википедия – электронная библиотека, заполняемая пользователями; файлообменники, позволяющие пользователям передавать друг другу различные файлы и документы. Неотъемлемой частью повседневной жизни современного общества стали электронные социальные сети, такие, как ВКонтакте, Facebook, MySpace. Все эти элементы давно интегрировались в жизнь современного человека<sup>30</sup>.

С развитием сетевого общества во многом благодаря стремительному развитию и распространению сети Интернет по всей планете мы можем заметить, как создаются и функционируют такие виды обществ, как виртуальные или киберсообщества<sup>31</sup>. Виртуальные или киберсообщества – это тип сообществ, характерный для современного общества, которые возникают и функционируют в виртуальном пространстве с целью решения своих личностных, профессиональных, политических и других задач, удовлетворения своих интересов, а также для проведения свободного времени и досуга. Это объединение пользователей сети Интернет в группы с общими интересами. Преимуществом таких объединений является то, что человек может

---

<sup>29</sup>Anttiroiko A. V. Castells' Network Concept and It's Connections to Social, Rconomic and Political Network Analyses // Journal of Social Structure. 2015. № 11. С. 209.

<sup>30</sup> Гасанова М. М. Реализация механизмов электронной демократии в социальных сетях и блогосфере: сравнительный анализ // Факторы успеха. 2016. № 2. С. 49.

<sup>31</sup> Писаревский В. Г. Интернет-сообщества как ядро сетевого общества // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2013. № 16. С. 61.

взаимодействовать со своими единомышленниками, игнорируя пространственные и временные рамки с помощью различных технологических устройств. Одним из примеров киберсообществ может являться игровое сообщество, объединяющее людей (геймеров), которые предпочитают проводить свое свободное время за компьютерными играми.

Компьютерные игры всегда считались одним из способов досуга, но и с развитием коммуникационных и компьютерных технологий этот вид времяпрепровождения стал для многих основным, так как он позволяет комфортно проводить свое свободное время. То есть, компьютерные игры создают определенную комфортную среду для данного слоя населения, а с учетом активного применения сетевых технологий в компьютерных играх в настоящее время, мы можем сказать, что они являются комфортной сетевой средой.

Возникает вопрос: что такое комфортная сетевая среда? Данное понятие в научных работах и СМИ связывается с сетью Интернет и ее составляющими. В основном оно заключается лишь на стабильном и скоростном подключении к глобальной сети. Связанно это с тем, что само понятие сетевая среда означает систему компьютеров, оборудования и техники, связанных одной сетью, между которыми происходит процесс передачи информации<sup>32</sup>. Но в связи с развитием и включением интернета в повседневную жизнь и непосредственное взаимодействие индивидов друг с другом и различной информацией, следует пересмотреть это понятие и перестать связывать его лишь с технической стороной.

Для этого необходимо понять, что означает понятие комфортной среды.

Существует множество проектов, которые так или иначе связаны с созданием комфортных условий. Они существуют, как и в градостроительстве, так и в образовательной сфере. Мы считаем, что понятие комфортной среды затрагивает многие сферы жизни общества. В связи с этим возникает проблема

---

<sup>32</sup> What is network environment // Answers // URL: [http://www.answers.com/Q/What\\_is\\_network\\_environment](http://www.answers.com/Q/What_is_network_environment) (дата обращения: 06.10.2018).

точного определения данного понятия. Тем не менее, проанализировав некоторые направления, в которых ведется работа по созданию благоприятных условий, мы постараемся дать определение данному термину.

Обратимся к такому типу комфортной среды, как комфортная визуальная среда.

Под комфортной визуальной средой понимается среда с большим разнообразием элементов в окружающем пространстве<sup>33</sup>. Данное направление решает следующие проблемы.

Первой является проблема снятия визуального напряжения. Она появляется из-за однородности и однообразия окружающей среды у городского населения. Наиболее эффективным решением данной проблемы является озеленение, так как естественная среда, а именно лес, реки или горы, являются максимально комфортными для человека в визуальном плане<sup>34</sup>.

Также комфортная визуальная среда решает и проблему окружающих цветов. Цвет является в архитектуре города, как и ориентиром в пространстве, так и создает психофизический комфорт, формирует эмоциональный фон. Грамотно выбранный цвет способен снять физическое и психологическое напряжение<sup>35</sup>.

Как нами отмечалось ранее, появившиеся требования затронули различные сферы жизнедеятельности, в том числе и сферу образования. Создание комфортной образовательной среды – одно из приоритетных направлений в настоящее время. Данное направление призвано повысить вовлеченность учащихся в учебный процесс, создать условия для продуктивного взаимодействия «ученик-учитель», расширить образовательную программу и создать комфортные условия обучения, что в дальнейшем повысит качество образования<sup>36</sup>.

---

<sup>33</sup> Иванов В. А., Колчин Е. А., Конякин Г. Н. Обеспечение комфортной визуальной среды в городе // Научно-исследовательские публикации: природа, экология и народное хозяйство. 2015. № 2. С. 102.

<sup>34</sup> Там же.

<sup>35</sup> Там же. С. 103.

<sup>36</sup> Наваль М., Шерайзина Р. М. Комфортная образовательная среда как условие продуктивного взаимодействия ее субъектов // Вестник Новгородского университета им. Ярослава Мудрого. 2016. №5. С. 53.

Для создания комфортной образовательной среды существуют следующие рекомендации:

1) Создать благоприятный психологический климат в образовательном учреждении. Поддержка благоприятных условий способствует продуктивному образовательному процессу, так как деятельность всегда эмоционально окрашена и характеризуется переживаниями.

2) Использовать в процессе обучения игровые технологии. Обучение в форме игры влияет на атмосферу и взаимодействие педагогов и учащихся, повышает мотивацию и вовлеченность в процесс, улучшает когнитивные, эмоциональные и социальные навыки.

3) Предоставление свободы выбора образовательных маршрутов, создание условий для самоорганизации в образовательном процессе<sup>37</sup>.

Подводя итог всему вышесказанному, мы дадим определение понятию комфортной среды.

Под комфортной средой понимается такая среда, которая бы удовлетворяла все потребности и требования (социальные, психологические, физиологические) отдельного индивида, способствующая комфортному процессу жизнедеятельности. Данное направление несомненно является актуальным, так как в процессе развития общества меняются и требования данного общества. Изучение путей и способов удовлетворения потребностей общества важно не только для государства, но и для каждого отдельного индивида, так как любой человек посредством различных ресурсов создает свою комфортную среду.

Исходя из этого, дадим определение такому понятию, как «комфортная сетевая среда». Комфортная сетевая среда – это среда, существующая в рамках сети Интернет, обеспечивающая быстрый доступ к большому количеству информации, возможность обмена этой информацией, возможность для удовлетворения социальных, профессиональных и личных потребностей, а

---

<sup>37</sup> Там же. С. 55.

также возможность для коммуникации и взаимодействия с другими индивидами.

## Глава 2. Эмпирическое изучение социальных характеристик компьютерной геймификации

### 2.1. Факторный анализ формирования комфортной сетевой среды

Компьютерные игры являются одним из самых распространенных видов досуга. Миллионы людей проводят свое свободное время за играми. И многие из них проводят свое свободное время преимущественно именно за компьютерными играми. Из-за этого возникает необходимость узнать, из-за чего эти люди предпочитают проводить свой досуг за компьютерными играми, и почему они так привлекают людей.

Чтобы узнать отношение к компьютерным играм и причины, по которым люди предпочитают проводить своё свободное время за играми, был проведен социологический опрос. Гипотезы исследования были построены на основе сравнения мнений двух возрастных групп: первая группа состояла из респондентов возрастом от 14 до 25 лет, вторая – 25 лет и старше. Выборочная совокупность представлена в пропорции 352/218.

По половому признаку респонденты разделились следующим образом: 91,6% – мужчины, 8,4% – женщины. В исследуемых группах деление было следующим: в первой группе – 93,8% – мужчины, 6,3% – женщины, во второй – 88,1% – мужчины, 11,9% – женщины.

Сперва мы узнали, как часто респонденты играют в компьютерные игры. В связи с тем, что мы опрашивали людей, которые играют в компьютерные игры, большинство респондентов, а именно 56,3% опрошенных *каждый день* играют в игры. *Несколько раз в неделю* свое свободное время за компьютерными играми проводят 38,2% респондентов, а *несколько раз в месяц* 4,4%. Также лишь 1,1% респондентов отметил, что играют *несколько раз в год*. Если обратить внимание на ответы респондентов по группам, то в первой группе *каждый день* играют в игры 57,1% опрошенных, во второй группе 55% респондентов. *Несколько раз в неделю* играют 38,1% представителей первой

группы, 38,5% представителей второй. *Несколько раз в месяц* за компьютерными играми свое свободное время проводят 4% респондентов первой группы и 5% второй. И *несколько раз в год* только 0,9% представителей первой группы и 1,4% представителей второй группы. Как мы можем заметить, различия по группам минимальны. Представители обеих групп преимущественно играют в компьютерные игры каждый день.

Далее мы задали вопрос респондентам о том, сколько времени они проводят за компьютерными играми. 65,6% опрошенных играют *1-4 часов* в день, 27% респондентов – *5-7 часов*, а 4,2% по *8-11 часов* и 1,6% опрошенных проводят за компьютерными играми *менее часа* или *более 12 часов* в день. Рассмотрим распределение ответов по анализируемым группам. В первой группе результаты выглядят следующим образом: 2,3% респондентов играют *менее часа*, 61,4% – *1-4 часов в день*, 29,8% – *5-7 часов*, 4,8% – *8-11 часов*, 1,7% – *более 12 часов*. Во второй же группе процент варианта *менее часа* составил 0,5, вариант *1-4 часа* имеет 72,5%, 22,5% респондентов второй группы проводят за компьютерными играми *5-7 часов*, 3,2% – *8-11 часов* и 1,4% *более 12 часов*. Мы так же можем заметить незначительные отличия по возрастным группам. Однако, стоит отметить, что у представителей первой группы, к которым мы отнесли молодежь, идет отклонение в сторону большего количества часов. То есть, молодежь предпочитает выделять компьютерным играм больше времени, чем представители второй группы. Мы можем объяснить это тем, что у молодого поколения может быть больше свободного времени, так как они преимущественно занимаются учебой.

Далее мы задали вопрос: «Какое значение имеют компьютерные игры в Вашей жизни?». Для 41,1% участников опроса игры являются *основным видом проведения своего свободного времени*. В первой группе 45,7% респондентов выбрали этот вариант, а во второй – 33,5% опрошенных. *Как один из видов досуга, наряду с другими* – 76,3% из числа всех опрошенных (75,3% респондентов из первой группы и 78% респондентов из второй группы). 4,6% рассматривают компьютерные игры, как *источник дополнительного*



заработка, а для 2,5% респондентов компьютерные игры являются *источником основного заработка*. Для 5,4% респондентов из первой группы компьютерные игры выступают, как *источник дополнительного заработка*, и для 2,6% респондентов являются *источником основного заработка*. Когда 3,2% представителей второй группы считают компьютерные игры *источником дополнительного заработка*, а 2,3% – *источником основного заработка*. Также стоит отметить, что 1,2% респондентов отметили вариант *другое*. В основном это были представители первой группы, и для них компьютерные игры являются способом обучения и познания нового, источником вдохновения и даже смыслом жизни. И лишь для одного представителя второй группы, выделившим этот вариант ответа, компьютерные игры являются источником вдохновения. Как мы можем заметить, более 70% респондентов как в общем числе, так и по группам, рассматривают компьютерные игры как один из способов досуга. Тем не менее, большее количество представителей первой группы все же отдают компьютерным играм, как основному виду проведения свободного времени, чем представителей второй группы.

Далее мы узнали, каким играм респонденты отдают свое предпочтение: онлайн-играм или одиночным играм. Так, *исключительно онлайн-играми интересуются* 11,2% респондентов (12,8% представителей первой группы и 8,7% представителей второй группы), *51,9% респондентов интересуются как одиночными, так и онлайн-играми* (55,1% представителей первой группы и 46,8% представителей второй группы). *Редко проводят свое время за онлайн-играми* 24,7% респондентов (24,1% представителей первой группы и 25,7% представителей второй группы) и *вовсе в них не играют* 12,1% респондентов (8% представителей первой группы и 18,8% представителей второй группы).

Также мы узнали, какие игровые жанры предпочитают респонденты. 80,2% респондентов предпочитают *шутеры* (83% и 75,7% представителей первой и второй группы соответственно), 16,1% предпочитают *файтинги* (15,9% и 16,5% представителей первой и второй группы соответственно), 25,6% предпочитают *аркады* (26,4% и 24,3% представителей первой и второй группы

соответственно), 24,2% предпочитают *симуляторы* (25,9% и 26,1% представителей первой и второй группы соответственно), *спортивные симуляторы* предпочитают 7,7% респондентов (5,4% и 11,5% представителей первой и второй группы соответственно), 45,6% респондентов предпочитают *стратегии* (47,4% и 42,7% представителей первой и второй группы соответственно), 25,1% предпочитает *квесты* (25,3% и 24,8% представителей первой и второй группы соответственно), и *ролевые игры* предпочитают 85,8% респондентов (84,1% и 88,5% представителей первой и второй группы соответственно). Лишь 2,1% респондентов *затруднился* дать на данный вопрос ответ.

Далее мы узнали, как часто у респондентов компьютерные игры выступают темой обсуждения. Для 33% респондентов компьютерные игры являются *одной из основной тем в их круге общения* (35,5% представителей первой группы и 28,9% представителей второй группы). *Иногда* компьютерные игры обсуждает 51% респондентов (51,1% представителей первой группы и 52,8% представителей второй группы). *Редко* компьютерные игры обсуждают 14% респондентов (12,5% представителей первой группы и 16,5% представителей второй группы), и лишь 1,2% респондентов *вовсе не обсуждают* компьютерные игры (0,9% представителей первой группы и 1,8% представителей второй группы).

Респондентам был задан вопрос: «Выбираете ли Вы компьютерные игры как свой основной способ досуга?». Большинство респондентов, а именно 55,1% отметили вариант «*Скорее да*». Если посмотреть на различия по группам, то этот вариант ответа так же выбрали больше половины представителей обеих групп: 55,1% респондентов из первой группы и 55% респондентов из второй группы. Ответ «*Да*» выбрали 27,5% респондентов, а варианты «*Скорее нет*» и «*Нет*» выбрали 14,7% и 2,6% респондентов соответственно. Как мы можем заметить, большинство респондентов все же отдают свое предпочтение компьютерным играм и проводят в основном за ними свое свободное время. Однако, объяснить это можно тем, что опрос проводился исключительно среди

людей, которые играют в игры. Поэтому такие результаты не должны удивлять. Также стоит заметить, что больше половины респондентов однозначно не говорят о том, что компьютерные игры выступают их основным видом досуга. Как замечалось ранее, это говорит о том, что респонденты занимаются и другими видами деятельности в свое свободное время, помимо игр. Различия по группам же снова незначительные.

Одним из важных аспектов исследования являлось мнение респондентов о том, что делает их времяпрепровождение за компьютерными играми комфортным. Наибольшее количество респондентов указывают на то, что за компьютерными играми можно *интересно проводить время*, а именно 85,8%. По группам мы видим такое же большое число: 86,1% представителей первой группы и 85,3% представителей второй группы. Такой высокий процент у данного варианта вполне очевиден. Так как компьютерные игры в первую очередь являются способом проведения свободного времени и досуга, то это в первую очередь подразумевает возможность интересно проводить время.

Также большое количество респондентов отмечает такой аспект компьютерных игр, как *интерактивность и вовлеченность в игровой процесс*. Данный вариант выбрали 79,5% респондентов (79,3% и 79,8% представителей первой и второй групп соответственно). Популярность данного варианта ответа можно объяснить тем, что интерактивность компьютерных игр, возможность игроков повлиять на игровой процесс или почувствовать себя частью игрового мира является одной из главных и отличительных особенностей компьютерных игр по сравнению с другими видами досуга. Возможно, эта особенность также является и преимуществом компьютерных игр.

*Возможность отвлечься от повседневности* делает компьютерные игры комфортным способом времяпрепровождения для 73,2% респондентов. Различия по группам здесь тоже небольшое: 76,4% респондентов из первой группы и 67,9% респондентов из второй группы отметили этот вариант. Такое большое количество людей, отметивших данный вариант ответа, можно связать

как раз с интерактивностью компьютерных игр и тем, что они позволяют людям проводить интересно свое свободное время.

*Возможность проводить время с друзьями* так же создает комфортные условия для значимой части респондентов, а именно для 55,4%. Популярность данного варианта так же не удивительна, так как игры могут позволить интересно провести время и с друзьями. Также с появлением Интернета появилась возможность игры по сети, из-за чего быстро стали популярны онлайн-игры. Стоит заметить, что между группами наблюдается следующее различие: 61,9% представителей первой группы выбрали данный вариант, когда только менее половины (45%) представителей второй группы сошлись с ними во мнении. Данное различие объясняется тем, что компьютерные игры являются более привлекательными для молодого поколения, также у молодежи имеется больше свободного времени, которое можно потратить на игры. Среди старшего поколения компьютерные игры не так популярны, из-за чего не у всех представителей данной группы могут быть люди из их круга общения, которые интересуются играми.

С этим аспектом в некоторой степени такой вариант ответа, как *«Возможность общаться с людьми из других городов и стран»*. Его выбрали 36,1% респондентов (36,4% и 34,4% представителей первой и второй групп соответственно). Особенность этого аспекта так же связана с распространением сети Интернет. Благодаря ей, у людей появляется возможность общаться и проводить совместно время с теми людьми, с кем у респондентов нет возможности встретиться лично.

Следует обратить внимание на такой вариант ответа, как *«Возможность развивать свои навыки, знания»*. Его выбрали 43,5% респондентов. Среди групп также наблюдается различие: 48,3% представителей первой группы выбрали этот вариант, а среди представителей данный вариант ответа выбрали только 35,8% респондентов. Возможно, такое различие появляется из-за отношения респондентов к компьютерным играм. Представители второй группы могут относиться к ним как к сугубо интересному способу досуга, когда

у молодежи на фоне стремительного развития такого вида спорта, как киберспорта, строится совершенно другое понимание.

Респондентами также отмечаются такие варианты, как «Соревновательный аспект игры» (37,2%) и «Удобство по сравнению с другими видами досуга» (34,6%). Предоставление возможности для создания различного контента важно только для 16% респондентов, что можно связать с тем, что эта деятельность во много предполагает наличие каких-либо творческих навыков или знаний в программировании. Наименее популярным вариантом ответа является «Возможность зарабатывать деньги», его выбрали лишь 4,9% респондентов.

В следующем вопросе мы узнали, удовлетворены ли респонденты тем, как проводят свое свободное время. 43,2% удовлетворены (43,5% представителей первой группы и 42,7% представителей второй группы) и 43,3% скорее удовлетворены (41,5% представителей первой группы и 46,3% представителей второй группы). Скорее не удовлетворены способом проведения своего свободного времени лишь 7,2% (7,7% представителей первой группы и 6,4% представителей второй группы) и вовсе не удовлетворены 1,4% (35,5% представителей первой группы и 28,9% представителей второй группы) респондентов соответственно. Затруднились ответить на этот вопрос 4,9% респондентов (5,7% представителей первой группы и 3,7% представителей второй группы).

Далее мы узнали, хотели бы респонденты тратить свое свободное время на что-то другое, а не на компьютерные игры. Только 9,6% респондентов хотели бы тратить свое время на что-то другое. Среди представителей первой группы данный вариант выбрали 11,6% респондентов, а среди представителей второй группы – 6,4%. Вариант «Скорее да» выбрали 24,6% респондентов, из которых 22,4% респондентов из первой группы и 28% респондентов из второй группы. Такой вариант, как «Скорее нет» выбрало наибольшее количество респондентов, а именно 40,7% респондентов. Среди сравниваемых групп этот вопрос так же лидирует: 39,5% среди представителей первой группы и 42,7% во

второй группе. И, наконец, не хотели бы изменять свой способ времяпрепровождения 10% респондентов (10,2% и 9,6% представителей первой и второй групп соответственно). Затруднились же дать свой ответ на этот вопрос 15,1% респондентов (16,2% представителей первой группы и 13,3% представителей второй группы). Как мы можем заметить, половина респондентов в большей степени удовлетворены тем, что проводят свое свободное время за компьютерными играми, что может говорить о том, что они удовлетворяют потребности респондентов.

Респондентам, которые хотели бы тратить свое свободное время на что-то другое, а не на компьютерные игры, было предложено рассказать о том, на чем бы они хотели заниматься в свое свободное время. Однако, на этот вопрос решили ответить и те респонденты, которые удовлетворены тем, что проводят свое свободное время за компьютерными играми, из-за чего мы получили намного больше вариантов. Самый популярный из предложенных вариантов – это *образование*. Этот вариант был предложен 20,2% ответивших респондентов. Если посмотреть на различие среди групп, то мы можем заметить, что среди представителей первой группы этот вариант распространен больше, чем среди представителей второй группы (25,8% и 14% соответственно). Возможно, различие связано с тем, что представители первой группы преимущественно занимаются учебой, поэтому они хотели бы отдавать образовательному процессу большее время. Еще одним распространенным вариантом среди предложенных является *спорт*, его предложили 17,5% респондентов. Среди представителей второй группы этот вариант является самым популярным, его предложили 19,8% респондентов, когда среди представителей первой группы его выделили 15,5%. Стоит выделить такой предложенный вариант, как *«чтение»*. Хоть его предложили только 7,7% респондентов, данный вариант занимает второй место по популярности среди представителей второй группы, так как его выбрали 15,1% респондентов из второй группы, когда среди молодежи этот вариант выделил всего 1% респондентов. Также респондентами были предложены следующие варианты: *общение* (11,5%),

*путешествия*(10,4%), *прогулки* (4,4%), *творчество* (12%), *хобби* (6%), *работа* (5,5%), *развлечения* (2,7%), *семья* (1,1%). Среди этих вариантов различия между группами минимальны. Затруднился ответить на данный вопрос только 1,1% респондентов.

Респондентам был задан вопрос: «*Если бы у Вас не было возможности играть в компьютерные игры, Вы бы от этого больше лишились, чем приобрели, или больше приобрели, чем лишились?*». Почти половина респондентов, а именно 45,3%, считают, что они бы *больше лишились*. 29,6% респондентов считают, что *ничего бы не изменилось*. И только 11,6% респондентов считают, что они бы *больше приобрели*, если бы они не смогли играть в компьютерные игры. *Затруднились* дать ответ на этот вопрос 13,5% респондентов. Как мы можем заметить, большая часть респондентов относятся пессимистично к тому, что не смогли бы проводить свое свободное время за компьютерными играми. В сравниваемых группы мы видим такую же ситуацию: 46,6% представителей первой группы и 43,1% представителей второй группы считают, что они бы *больше лишились*, чем приобрели. Мы опять же можем предположить, что компьютерные игры являются комфортным и, возможно, эффективным способом досуга для респондентов, поэтому они бы не хотели от него отказываться.

Важной частью исследования является мнение респондентов о том, являются ли компьютерные игры комфортным способом времяпрепровождения для людей в целом. 29,6% респондентов считают, что компьютерные игры являются способом комфортного времяпрепровождения, а 44,7% респондентов скорее согласны с этим утверждением. Скорее не согласны и этим утверждением или вовсе не согласны лишь 15,8% респондентов и 0,5% респондентов соответственно. Затруднились ответить на данный вопрос 9,3% респондентов. Различия в группах по результатам ответов незначительны. Заметим, что только чуть больше четверти респондентов считают, что для большинства людей компьютерные игры не выступают способом комфортного

временипрепровождения. Тем не менее, большинство придерживается противоположного мнения.

Далее респондентам было предложено выбрать уже из знакомого им списка те аспекты компьютерных игр, из-за которых люди предпочитают проводить свое свободное время за компьютерными играми. Отметим, что количество полученных ответов меньше, чем в случае, когда мы о том, какие аспекты компьютерных игр привлекают респондентов. Возможно, респондентам было проще выбирать варианты, которые привлекают их, поэтому были даны более обобщенные ответы.

*Возможность интересно проводить время* – наиболее популярный вариант ответа. Его выбрали 72,3% респондентов (71,3% и 73,9% представителей первой и второй групп соответственно). Как мы говорили ранее, связано это во многом с тем, что игры как раз направлены на то, чтобы люди получали от них удовольствие. Вторым по популярности является вариант *«Возможность проводить время с друзьями»*, его выделили 60,5% респондентов (63,4% и 56% представителей первой и второй групп соответственно). Мы уже отмечали, что популярность данного варианта ответа связана во многом с распространением сети Интернет, благодаря которой у людей появилась возможность интересно проводить время совместно со своими друзьями.

Следующими по популярности являются такие варианты, как *«Вовлеченность в игровой процесс, интерактивность»* и *«Возможность отвлечься от повседневности»*, их выбрали 46,3% и 46,1% респондентов соответственно. В группах по данным вопросам следующее процентное соотношение: *«Вовлеченность в игровой процесс, интерактивность»* выделили 44% представителей первой группы и 50% представителей второй группы, *«Возможность отвлечься от повседневности»* выделили 46% представителей первой группы и 46,3% представителей второй группы. 36,7% респондентов выделили такой вариант, как *«Соревновательный аспект игры»*(36,9% и 36,2% представителей первой и второй групп соответственно), а вариант *«Удобство*



по сравнению с другими видами досуга» выделили 25,6% респондентов (23,6% и 28,9% представителей первой и второй групп соответственно).

Отметим, что некоторые варианты в этом вопросе были выбраны меньшее количество раз, чем в случае, когда подобный вопрос был направлен в сторону респондентов. Так «Возможность общаться с людьми из других городов и стран» выбрали только 12,3% респондентов, а варианты «Возможность развивать свои навыки, знания» и «Возможность создавать различный контент» выделили всего 5,3% и 3,5% респондентов соответственно. Однако, такой аспект, как «Возможность зарабатывать деньги» выделили 9,3% респондентов. По группам различия так же незначительны.

Респондентам был задан вопрос: «Существуют различные стереотипы относительно вреда компьютерных игр. Как Вы относитесь к этим стереотипам?». Больше половины респондентов, а именно 61,2% респондентов *совершенно не согласны* не существующими стереотипами о компьютерных играх (62,2% представителей первой группы и 59,6% представителей второй группы). *Согласна с некоторыми стереотипами* почти треть (35,4%) респондентов (34,9% представителей первой группы и 36,2% представителей второй группы). И лишь 0,5% респондентов *полностью согласны* с существующими стереотипами о компьютерных играх (0,6% представителей первой группы и 0,5% представителей второй группы).

Далее мы узнали у респондентов, нужно ли вводить какие-либо ограничения по пользованию компьютерными играми. Почти половина респондентов (49,5%) отметили вариант «Нет», «Скорее нет» отметили 28,8% респондентов, «Скорее да» 13,9% респондентов и «Да» отметили 3,9% респондентов. *Затруднились ответить* 4% респондентов. Различия между сравниваемыми группами незначительны. Как мы можем заметить, большинство респондентов считают, что ограничивать пользование компьютерными играми никак не нужно.

В конце анкеты мы попросили респондентов указать свое образование и определить материальное положение их семьи.

41,4% респондентов окончили среднюю школу, 2,1% *окончил начальное профессиональное заведение*, 17,4% *окончили среднее профессиональное заведение* и 39,1% *окончил ВУЗ*.

*Отлично* свое материальное положение оценивают 7,4% респондентов, *выше среднего* – 40,9%, *среднее* – 44%, *ниже среднего* – 7,4% и *низкое* – 0,4%.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что компьютерные игры являются одним из уникальных видов досуга. Для многих людей они не только выступают интересным способом времяпрепровождения, которое позволяет отвлечься от своих повседневных дел. Для многих игры стали способом общения, дали возможность проводить совместно время с друзьями; дали возможность развивать свои творческие или интеллектуальные навыки. Данный способ проведения своего свободного времени удовлетворяет потребности не только молодежи, но и представителей старшего поколения.

Как мы можем заметить, независимо от того, сколько у людей свободного времени, от их деятельности, все относится к играм одинаково положительно. Однако, есть люди, и которые бы хотели либо проводить меньше времени за компьютерными играми, либо полностью от них отказаться.

Например, представители второй возрастной группы больше бы хотели заниматься спортом. Возможно, это связано с тем, что, тратя свое свободное время на компьютерные игры, они формируют малоподвижный образ жизни, что впоследствии может привести к проблемам со здоровьем. В тоже время респонденты первой группы больше задумываются об образовании, так как большую часть своего времени они как раз тратят на учебу.

В остальном же респонденты из обеих групп имеют одинаковое представление о компьютерных играх. Можем заметить это, если обратим внимание на предложенные нами гипотезы. Так, мы предположили, что представители первой группы были бы больше удовлетворены тем, как проводят свое свободное время, чем представители второй группы. Однако,

количество удовлетворенных во второй группе превышает аналогичное количество в первой группе, хоть эта разница и незначительна. Также, мы предположили, что большая часть респондентов из второй группы хотела бы заниматься чем-то другим в свое свободное время, а не игрой в компьютерные игры, но так считает только треть представителей этой группы. Если сравнить этот показатель с результатами первой группы, то разница будет такой же минимальной. То есть, мы можем сказать, что независимо от возраста, компьютерные игры удовлетворяют потребностям большинства геймеров. Во многом это благодаря тем аспектам, создающим комфортные условия для игроков, которые несут в себе компьютерные игры.

## **2.2. Социологическая оценка мнений участников компьютерной геймификации**

Помимо анкетирования, в ходе исследования было проведено экспертное интервью. Оно носило индивидуальный характер, проводилось с использованием заранее составленного списка вопросов.

В интервью приняли участие такие эксперты из сферы компьютерных игр как: Д. Ф. Создатель различных игровых модификаций и левел-дизайнер; В. А. Дизайнер игровых персонажей и уровней; Д. Р. Игровой журналист, освещающий события киберспорта; А. У. Игровой журналист; О. О. Создатель независимой игровой студии и гейм-дизайнер.

Первый вопрос посвящён определению отношения интервьюированных экспертов к компьютерным играм. Данное отношение мы решили выявить через представление экспертов о компьютерных играх и то, как они могут объяснить, что такое компьютерные игры. На вопрос: «Как Вы думаете, что такое компьютерные игры?», – каждый из респондентов дал следующий ответ:

*Д. Ф.: «Практически всегда это какая-то ролевая игра, в которой ты примеряешь на себя роль кого-либо, и в этих рамках происходят различные*

*интересные события. Да и само слово игры сейчас слабо представляет то, что представлено в сегменте компьютерных игр, так как это уже не совсем игры. Я бы сказал, это практически полное погружение в игровой мир. Поэтому сложно дать однозначный ответ на этот вопрос. Но если описать вкратце, то компьютерная игра – это имитация какой-либо деятельности, предполагающая развлечение.».*

*В. А.: «Лично для меня, игры – это способ отвлечься от реального мира. Например, если мне грустно, если мне плохо или просто настроения нет, то я более чем вероятно сяду за компьютер и поиграю в свою любимую игру. То есть, погружаясь в игру, в ее мир, где все так красочно и захватывающе, это отвлекает от проблем и даже в какой-то степени умиротворяет. Но больше всего эти миры меня вдохновляют.».*

*Игры – это дополнительное общение с интересными и не очень людьми, но это опять же для меня. Так как я в основном играю в онлайн-игры, я часто как-то взаимодействую с разными людьми, поэтому игры в какой-то степени для меня и общение замещают.».*

*Д. Р.: «Вообще, игра – это симуляция чего-либо. А компьютерная игра – это уже как раз симуляция, происходящая за счет компьютерных технологий, которые позволяют взаимодействовать с этой симуляцией, которая подразумевает под собой какой-то развлекательный сценарий.».*

*А. У.: «Компьютерные игры – это те же самые игры, начиная со спортивных, заканчивая обычными подвижными, в которые все играли во дворе, только происходят они в виртуальном мире. То есть, люди играют в эти игры с помощью компьютера.».*

*О. О.: «Я думаю, что компьютерные игры – это искусство. Их можно приравнять как к музыке, так и к фильмам. Потому что Создание такого продукта требует много сил, чтобы создать что-то ценное, что можно было бы отнести к культуре, что ценили бы люди и общество. Ну, а если более простое дать определение, то компьютерные игры – это очень интересный*

*способ хорошо провести время, отвлечься от жизненных проблем, окунуться в какой-то интересный мир.»*

По мнению экспертов, компьютерные игры – это в первую очередь способ досуга. Тем не менее, некоторые относятся к играм не только, как к виду развлечения, но и как к способу общения и искусству.

Далее мы узнали у респондентов, из-за чего людей так привлекают компьютерные игры. Вопрос звучал так: «Из-за чего, по Вашему мнению, люди предпочитают проводить свое свободное время за компьютерными играми?». Мнения были такими:

*Д. Ф.: «Есть несколько факторов. Во-первых, они всегда под рукой. Не нужно никуда идти, чтобы поиграть, так как все нужно есть у тебя дома. Во-вторых, благодаря интернету ты всегда можешь скооперироваться со своими друзьями и товарищами. В-третьих, предоставляется огромный выбор игр на любой вкус и цвет. Человек может попробовать все, что хотел бы, кроме тех вещей, которые осуждаются в обществе, потому что все-таки не про все игры делают. Ну, и потому что игры – это интересно, они предоставляют людям возможности, которых у них нет в повседневной жизни. В этом их и прелесть.»*

*В. А.: «Некоторые люди на этом зарабатывают, некоторые уходят от реалий повседневной жизни, погружаясь в игры и интернет. Например, кто-то мечтает о путешествиях, посещении различных интересных мест, но из-за их ситуации в жизни, у них нет такой возможности. Таким людям игры помогают в какой-то степени как раз отправиться в интересное путешествие.»*

*Д. Р.: «Потому что компьютерные игры – это довольно новый феномен, поэтому они привлекают много молодых людей. Игры тем более продолжают развиваться, например, в сторону виртуальной реальности, где можно уже почти что напрямую взаимодействовать с игровым миром, почувствовать себя в каком-то роде частью этого мира. Да и вообще компьютерные игры позволяют вам стать кем угодно, реализовать и воплотить какие-то*

*желания. Например, в одной игры вы можете быть обычным рыцарем, в другой вы уже являетесь воином-героем. И такое разнообразие как раз привлекает людей, им интересны такие сценарии.*

*Также многие компьютерные игры объединяют людей. Создаются различные сообщества, посвящаемые каким-то определенным компьютерным играм или играм в целом. Также это большая площадка для общения. За счет игр многие общаются с теми, кто живет за границей, находят общие интересы, знакомятся, после его их общение уже с игрового уровня переходит в повседневное, реальное.*

*То есть, это такое хобби, которое помогает людям коммуницировать, общаться и проводить свое свободное время с удовольствием.».*

*А. У.: «Как мне кажется, люди предпочитают проводить свое свободное время, например, за онлайн-играми, потому что они позволяют общаться. Так, например, добиваясь каких-то успехов в какой-то игре, люди самореализуются, приобретают какой-то авторитет у других игроков. Поэтому, как мне кажется, многие люди и играют в игры, потому что для них это способ самореализации.».*

*О. О.: «Ну, прежде всего компьютерные игры – это интересно. Людям нравится изучать разные миры, начиная от каких-то сказочных лесов, заканчивая просторами космоса. Любой человек может найти что-то для себя, что ему будет интересно. Поэтому они и привлекают так много людей. Игры – это, если так можно сказать, книга с картинками, которую ты можем сам как-то изменить и стать ее частью. Поэтому они так захватывают.».*

*Также игры помогают людям общаться, проводить вместе время. Например, я люблю иногда собраться с друзьями и повеселиться в какой-то игре. В реальной жизни у нас такой возможности нет хотя бы из-за того, что мы живем в разных городах. Но благодаря играм нам удастся так собраться вместе и провести хорошо время.».*

Мы можем заметить, что похожие особенности компьютерных игр, привлекающие людей, выделяются каждым экспертом. Исходя из этого, мы можем выделить некоторый список тех аспектов, которые привлекают людей в компьютерных играх: интерактивность, разнообразие, возможность общаться и проводить с другими людьми, возможность интересно проводить время.

Затем мы решили узнать у экспертов, какие положительные стороны они могут выделить из увлечения компьютерными играми. На вопрос: «Какие есть положительные стороны проведения свободного времени за компьютерными играми?», – каждый из респондентов дал следующий ответ:

*Д. Ф.: «Зависит от того, в какие игры играть. Но если все же говорить о положительных сторонах компьютерных игр, то я могу выделить развитие умственной составляющей. К этому можно отнести развитие стратегического мышления, творческого мышления. Также игры помогают людям общаться, они помогают найти единомышленников. Но в большей мере это заслуга интернета, так как он позволяет людям взаимодействовать, но тем не менее игры выступают здесь как некое связующее звено.»*

*В. А.: «Опять же, когда ты играешь в какие-то игры, ты изучаешь их мир, как они устроены. Некоторые игры на столько стараются приблизиться к реальности, что в них можно заниматься почти что повседневными делами для какого-то определенного времени или мира. Например, вы можете погрузиться в какой-то средневековый мир, увидеть быт людей того времени, даже поиграть с кем-то из них в какие-то азартные игры в тавернах. Поэтому это очень интересно и захватывающе.»*

*Еще я бы выделила то, что некоторые игры могут развивать. Те же стратегии вполне могут приравняться к шахматам. Вам ведь приходится продумывать свою тактику. Конечно, зависит от того, на что сама стратегическая игра направлена. Потому что она ведь не всегда только про какое-то военное дело может быть, где как раз и нужно мыслить тактически. Она может затрагивать и экономику, менеджмент. Поэтому*

люди, как мне кажется, могут развивать свое мышление за счет подобных игр.».

*Д. Р.:* «Как я уже говорил, это общение с людьми. Зачастую так бывает, что человек в реальной жизни не очень хорошо идет на контакт, а с помощью компьютерных игр, где не нужен личный контакт какой-то или близкое общение, он спокойно общается и коммуницирует.

Также есть такие игры, которые уже приносят пользу умственному развитию. Это стратегии, различные экономические симуляторы, игры, затрагивающие какие-либо исторические эпохи и позволяющие изучать эти эпохи. В принципе, многие игры развивают, и развивать они могут с различных сторон. Например, те же шутеры развивают реакцию, что было уже доказано даже научными экспериментами. Разные стратегии, в которых это требуется от их динамики и действий, требуют от человека более быстрого мышления и развивают такое мышление. Поэтому разные игры могут приносить абсолютно разную пользу для каждого человека.».

*А. У.:* «Все зависит от самой игры. Возьмем к примеру онлайн-игру. Она несет в себе какую-то социальную составляющую, люди за счет этой игры общаются друг с другом, знакомятся, заводят какие-то связи, обмениваются информацией, могут что-то почерпнуть для себя что-то из этого общения. Если это одиночная игра, то какие-нибудь шутеры могут развить реакцию, стратегии могут развить само мышление.».

*О. О.:* «Как я говорил, игры позволяют хорошо и интересно провести людям время. Они занимательны.

Также игры позволяют людям общаться, проводить вместе время. Помимо этого, Вы даже можете завести новые знакомства с кем-то, кого никогда не видели.

Еще у игр есть такой плюс, который некоторый все никак принять не могут: они развивают. Да, есть и такие игры, которые могут показать обратное. Но в большем числе какие-то определенные игры или жанры развивают у людей какие-то определенные качества и навыки. Различные



*онлайн-игры с командной составляющей развивают тактическое мышление и умение работать в команде, общаться. Стратегии так же развивают тактическое мышление, учат анализировать, планировать. Есть игры, которые направлены на симуляцию какой-то реальной деятельности. Например, градостроительные симуляторы, где вам приходится решать разные проблемы города: начиная с проблем с дорогами, заканчивая водопроводом, электричеством и т. д. Есть такие игры, в которых нужен творческий подход. Одним словом, игры – это такой полезный вид досуга. Например, кто-то в детстве увлекался историей и много читал о ней. У него не было цели узнать именно больше, потому что надо. Ему просто было интересно, и за счет этого интереса он приобретал все больше знаний. Так и с играми. Чаще всего люди неосознанно развиваются за счет них, когда решают там какие-то задачи. Конечно, уже профессионалы, которым нужно развивать свои навыки, например, киберспортсменам, будут именно тренироваться за счет игр. Но все же большинство людей именно развиваются, играя в компьютерные игры.»*

Как мы можем заметить, эксперты так же выделили определенный перечень положительных сторон компьютерных игр. К ним относятся: социальная составляющая, возможность общения и взаимодействия с другими людьми; возможность провести интересно время; возможность развивать свои знания и навыки.

Далее мы решили узнать, какие, по мнению интервьюированных экспертов, существуют отрицательные стороны в увлечении компьютерными играми. Ответы интервьюированных оказались следующими:

*Д. Ф.: «Ну, здесь уже не именно от компьютерных игр, а от сидячего положения идет вред. Можно еще выделить чрезмерную увлеченность играми, те случаи, когда человек считает игры своим смыслом жизни. Также из-за того, что сейчас очень популярны соревновательные игры, они в какой-то степени могут влиять отрицательно. Но это уже отрицательный аспект любых соревнований, даже спортивных. Всегда проигрывать обидно, поэтому*

*многие из-за этого волнуются. Но в целом каких-то крупных минусов у компьютерных игр нет. Все хорошо в меру.»*

*В. А.: «Знаете, сейчас очень много людей играют в онлайн-игры. А если ты играешь по сети, то ты играешь с людьми. А общение с людьми не всегда может быть приятным. Кто-то может играть в плохом настроении, и это настроение может вполне передаться тебе, если тебе приходится как-то взаимодействовать с этим человеком. Также появились разного рода мошенники, которые могут наживаться за счет игроков каким-либо образом.*

*Ну, и еще более новые игры всегда будут требовать более мощных компьютеров. А компьютер – вещь не из дешевых, поэтому приходится иногда прилично на них тратиться. Но это уже не то, чтобы минус, больше неприятная реальность.»*

*Д. Р.: «По мере развития игр, технологий по их созданию, появляются все более разнообразные игры, которые предлагают людям все больший спектр возможностей. И для многих игроков, для многих людей игры становятся более интересными, чем реальная жизнь, и они начинают переходить в некую виртуальную жизнь. Связано это, как я уже говорил, с теми возможностями, которые дают игры, потому что в них вы можете быть кем угодно, реализовывать какие-то свои желания, свои потребности и даже самоутверждаться. Реальная жизнь же не всегда дает такие возможности. Поэтому такое превознесение игр – это единственный крупный минус игр, потому что люди перестают обращать внимания на жизненные ценности и потребности, из-за чего у них могут возникать какие-то проблемы в реальной жизни.*

*К другим отрицательным сторонам можно отнести вред сидячего образа жизни здоровью, проблемы со зрением.»*

*А. У.: «Мне кажется, что некоторые люди не могут контролировать свое время, которое они проводят за компьютерными играми. Они могут жертвовать своей личной жизнью, отношениями с друзьями, родителями, близкими, жертвовать учебой, работой только из-за того, что игры их в*

*каком-то роде «засасывают». У людей появляется зависимость от игр, которую даже можно приравнять к наркотической зависимости. Но это все, конечно же, зависит от человека. Если человек сам контролирует себя, правильно все понимает, то он будет грамотно распоряжаться своим временем по отношению к компьютерным играм.*

*Также отрицательной стороной компьютерных игр является то, что излишнее проведение времени за ними может отрицательно повлиять на зрение. Если играть долго, то и в полнее можно уставать. Поэтому нужно соблюдать меру.»*

*О. О.: «Ну, сейчас большинство людей все-таки играют в онлайн-игры. Поэтому им приходится иногда как-то взаимодействовать с не очень приятными людьми. Из-за этого вы можете сами сильно расстроиться, а потом еще и на кого-то так же отрицательно повлиять.*

*Также можно назвать различное отрицательное влияние на здоровье. Но это уже больше от самого пользования компьютером идет. То же влияние на зрение, физическое здоровье. Но все же это от человека зависит, если он следит за этим, то и проблем таких у него не будет.*

*Еще одной тоже субъективной отрицательной стороной игр можно назвать зависимость. Но и здесь все зависит от человека, так как он все же себя контролирует, он за себя в ответе.»*

Как мы можем заметить, эксперты так же перечислили похожий перечень отрицательных сторон проведения свободного времени за компьютерными играми. Тем не менее, они не связывают эти отрицательные стороны непосредственно с компьютерными играми, так как они являются последствиями других аспектов и в большем случае субъективны. Но все же перечислим все минусы, которые могут возникнуть от компьютерных игр: проблемы с физическим и психологическим здоровьем, зависимость.

Далее мы задали респондентам следующий вопрос: «Можете ли Вы назвать какие-либо игры или игровые компании, которые выделяются на фоне остальных? Из-за чего Вы их выделяете?». Этот вопрос направлен на

выявление авторитетных, по мнению экспертов, компьютерных игр и компаний, которые привлекают рядовых игроков за что своей политики, отношению к играм или пользователям и предлагаемых возможностей. Ответы на этот вопрос были такими:

*Д. Ф.: «Первое, что приходит на ум – это конечно же такой гигант, как Blizzard. У этой компании очень интересный подход к производству игр. Они всегда стараются выпустить хороший продукт. Как мне кажется, у них редко происходят какие-то осечки, из-за которых потом им приходится все в спешке поправлять. Но также их можно выделить и за их подход к созданию игровых миров. Им удается создавать огромную, но в то же время интересную историю, которая всегда привлекала миллионы людей, если не больше. Поэтому я бы выделил такую игровую серию, как Warcraft.*

*Также можно выделить Valve, потому что они очень тонко чувствуют рынок. У них очень хорошая маркетинговая политика. И в последнее время это даже больше связано не с производством игр, а с созданием платформы, на которой распространяются игры.*

*Я бы еще выделил такую серию игр как Civilization. Это одна из самых затягивающих игр, в которые я когда-либо играл, потому что тебе приходится мыслить стратегически, продумывать свои шаги на несколько ходов вперед и подстраиваться под ситуации, которые происходят в игре.*

*Также хотел бы выделить такой симулятор военных действий, как Arma 3, потому что эта игра позволяет создавать довольно близкие к реальности ситуации. Конечно, ради такой реалистичности приходится приносить в жертву играбельность, поэтому эта игра не такая дружелюбная к новичкам, но тем не менее эта жертва оправдывает себя.»*

*В. А.: «Я бы выделила такую компанию, как Valve. Этой компании удалось перейти от обычной игровой студии, до почти что монополиста по продажам игр. Создание такой платформы, как Steam позволило им в каком-то роде упростить многим людям жизнь, потому что почти все игры у них есть в одном месте. Это, так сказать, такой гипермаркет с огромным*

ассортиментом. И раз другие компании тоже пытаются создать что-то подобное, то можно точно сказать, что Valve добились определенного успеха. Ну, и нельзя не упомянуть то, что они стараются развиваться в различных направлениях. Если раньше их знали только за одну игру, сейчас они известны и как организаторы крупнейших киберспортивных соревнований, на которые мечтает любой игрок попасть.».

Д. Р.: «Какие-то определенные компании я выделить не могу. Но из игр я могу выделить различные спортивные симуляторы. Я сам являюсь поклонником спорта, поэтому и связал свою профессиональную деятельность с освящением событий как раз в сфере киберспорта, а именно киберфутбола. Эти симуляторы, как мне кажется, не только очень приближены к реальности и с каждым годом все больше развиваются. Они позволяют людям, у которых нет возможности заняться каким-то видом спорта, приблизиться к тому, что им нравится. Определенные игры я не могу в этом жанре выделить, потому что многие из них могут похвастаться как своей геймплейной составляющей, так и своей графикой.».

А. У.: «Все же стоит говорить больше о студиях, так как они создают все-таки игры. Например, те же Blizzard, Valve или Activision создали культовые игровые серии, которые ценятся до сих пор. Warcraft и Starcraft, стратегии производства Blizzard, известны по всему миру. Даже некоторые люди старшего возраста наверняка играли в них. Поэтому такие компании формируют игровые жанры, стандарты, тенденции. И лично для меня эти компании являются авторитетными, так как прошли проверку временем и до сих пор радуют своих фанатов качественным продуктом.».

Также можно выделить такие компании, которых можно считать главными конкурентами в своей сфере, а именно Valve и EpicGames. Благодаря их конкуренции, компании активно развивают свой продукт. Например, Valve ввела такую технологию по борьбе с отзывами. Например, случались такие ситуации, когда игроки намеренно заваливали какую-то игру отрицательными отзывами, хотя к самой игре они отношения никакого не имели. Такую

*систему следует перенять, например, сфере кинофильмов, так как там такие ситуации тоже происходят.*

*Хотелось бы выделить и какие-нибудь независимые инди-компании, потому что иногда такие разработчики вносят огромный вклад в индустрию, но только их сейчас большое количество, поэтому какие-то определенные я назвать не смогу.».*

*О. О.: «Ну, много есть хороших компаний и игр. Больше всего из них для меня выделяются *Blizzard* и *Rockstar*. Они создали несколько культовых игровых серий, которые многие либо пытались скопировать, либо просто ими вдохновлялись. Но мне очень нравится то, как они строят игровой мир. Например, *Rockstar* удается создавать очень живые игровые миры, которые наполнены своей жизнью. Иногда тебе просто хочется по нему прогуляться, понаблюдать за тем, как там все устроено. У *Blizzard* такая же заслуга. Но и еще нельзя не выделить то, как они создают историю самого мира. Их культовой игровой серии *Warcraft* уже больше 30 лет, и все эти 30 лет их мир продолжает развиваться. У него уже на столько огромная история, что существуют несколько книг, которые описывают все события этого мира. И это впечатляет. Миллионы людей каждый день играют в эти игры, изучают их. Поэтому такие игры не только становятся игровым феноменом, они становятся уже культурным феноменом, который влияет на все сферы жизни общества.».*

Большинство экспертов выделяет почти одни и те же игровые компании и связывают это с их авторитетом и вкладом в игровую сферу. Также эти компании, по мнению респондентов, заслужили такой статус за счет качественной работы, которая проходит на протяжении многих лет.

Перечисляемые игры же выделяются за счет возможностей, которые они предлагают, например, приближенная к реальности симуляция какого-либо вида спорта. Также эти игры выделяются за счет богатого игрового мира.

Завершающий вопрос интервью звучит следующим образом: «Знаете ли Вы какие-либо законы, связанные с компьютерными играми? Как Вы считаете,

нужны ли такие законы? Почему?» – На что интервьюированные ответили следующее:

*Д. Ф.: «Первое, что приходит на ум – это возрастное ограничение. И я думаю, что эти ограничения нужны, так как в некоторые игры людям, не достигшим определенного возраста, играть не стоит.»*

*В. А.: «Да мне кажется, что многие законы как-то связаны с играми. Например, законы о том же мошенничестве вполне регулируют и такие процессы в играх. Возрастное ограничение уже давно играм дается, потому что у всех в определенном возрасте психика и реакция на что-то может быть разная. Поэтому такое регулирование вполне логично. Конечно, не многие на это ограничение внимания особого не обращают, но оно все равно нужно. И разные люди любят говорить об этом в не самом хорошем ключе, так как, по их мнению, какие-то игры вообще нужно запретить. Но все же все в большей степени от человека зависит, от того, как он развит и воспитан.»*

*Д. Р.: «Существуют разные законы, и не все они непосредственно с компьютерными играми связаны. Например, закон о возрастных ограничениях действует и на кинофильмы, мультфильмы, медиаиндустрию. Я думаю, что такой закон в сфере игр тоже должен развиваться, игры должны оцениваться, так как игра в какой-то степени может воздействовать на психику молодых людей, детей. Поэтому игры, которые предназначены больше для людей, которые достигли определенного возраста, не должны быть доступны более младшим поколениям.»*

*Также в некоторых странах Евросоюза уже приравнивали внутренние игровые транзакции, трату реальных денежных средств на получении каких-либо внутриигровых вещей к азартным играм. В принципе, это вполне объяснимо, так как из-за доли азарта некоторые молодые люди тратят на это большие деньги. Поэтому регулирование этой сферы тоже необходимо.*

*Также, например, в Южной Корее жестко контролируется мошенничество в сфере киберспорта. Так как индустрия развивается, киберспорт начал приравниваться к обычному спорту. Поэтому и появилось*

законное регулирование в данной сфере. Например, запрещено использование различных программ, которые могут дать преимущество одного игрока над другими. Такие нарушения часто встречались, после чего такие игроки уже лишались возможности выступать на каких-то крупных соревнованиях, из-за чего они могли вполне попроститься с карьерой в киберспорте.

Сама индустрия компьютерных игр сейчас активно развиваются, поэтому такое регулирование логично. Оно нужно, но оно не должно быть связано с какой-то цензурой, так как игры все-таки являются предметом культуры. Но это только в тех случаях, когда игры не направлены на какое-то оскорбление людей, разжигание ненависти. Поэтому должны быть специалисты, которые бы изучали и регулировали эти вопросы.».

А. У.: «Законы есть. Они больше относятся не только к играм, а вообще ко всему, в частности к сфере музыки, кинофильмов. Это такие законы, которые регулируют авторское право и распространение продукта. Именно такого закона, которые относятся только к играм, я назвать не могу и не думаю, что такой существует. Но все равно законы, которые как-то регулируют игры, нужны. Все-таки в игры играют и взрослые, и дети. Как раз законы нужны больше для детей, потому что в играх может встречаться то, что для них не предназначено. Так что нужно как-то фильтровать и ограничивать то, что дети могут увидеть.».

О. О.: «Законы есть, но они не связаны напрямую с играми. Например, ограничения возрастные существуют и в других сферах. Законы, регулирующие авторское право, так же существуют в других сферах. Да и вообще игры начинают по мере своего развития попадать под действия различных законов. Например, так как в играх все же взаимодействуют люди, в некоторых странах такие отношения тоже регулируются, а какая-то незаконная деятельность наказывается. Поэтому такие законы несомненно нужны. Они позволяют регулировать отношения среди людей, позволяют отгородить какие-то группы населения, например, детей, от того, что для них не предназначено.».



Как мы может заметить, законов, касающихся только компьютерных игр нет. Тем не менее, эксперты назвали те законы, которые регулируют не только сферу компьютерных игр. Также, по мнению интервьюированных экспертов, законы все-таки нужны в данной сфере.

Наше интервью получилось в виде ответов разных уровней экспертов, чья деятельность связана непосредственно с компьютерными играми. Мы узнали, что думают эксперты о компьютерных играх и их различных сторонах

Компьютерные игры выступают хорошим видом досуга, позволяющим интересно провести время не только одному, но и в компании различных людей. Многих игроков это и привлекает в таком виде времяпрепровождения. Возможность отвлечься от реальности, испытать и попробовать то, что недоступно в реальной жизни, а также разделить это с друзьями – главные особенности компьютерных игр, которые привлекают массы людей.

Компьютерные игры – такой вид досуга, который обладает разносторонними положительными качествами. Человек не только может получить интересный опыт и весело провести время, он также может активно общаться с людьми из разных точек земли. Мы не можем не указать на то, что различные компьютерные игры развивают разные качества человека, это могут быть как какие-то навыки, так и личные качества.

Тем не менее у такого вида времяпрепровождения есть и отрицательные стороны. Связаны они в основном с влиянием здоровье человека, например, его зрение, осанку и т. д. Также компьютерные игры вполне могут вызвать у некоторых людей зависимость, из-за которой у них может осложниться жизненная ситуация. Но если не относиться к этому всему безразлично, то все эти негативные аспекты могут совершенно не затронуть человека.

Конечно, такая крупная сфера не может быть не затронута на законодательном уровне. Игры не только являются продуктом массовой культуры, которая должна регулироваться, чтобы не навредить определенным слоям населения, но и полем взаимодействия людей. Поэтому нужна в

различных законах, которые бы затрагивали и регулировали некоторые ситуации в игровой сфере, очевидна.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что компьютерные игры – интересный способ досуга, предлагающий разные возможности. У этого вида проведения свободного времени есть как положительные стороны, так отрицательные. Но чаще все они несут в себе субъективный характер, так как всё зависит от человека, ведь только он способен принести себе пользу или вред.

## Заключение

Компьютерные технологии быстро заняли важную часть в жизни современного общества. Интернет, мобильные устройства, компьютеры. Без всего этого сложно представить сегодняшний мир. Поэтому общество трансформируется, используя все эти в своих интересах.

Благодаря Интернету многие люди общаются, получают информацию. При таком процессе неизбежно становление и изменение различных сфер жизнедеятельности общества: начинают появляться новые формы деятельности, коммуникаций и потребностей. В нашей работе мы рассмотрели ту часть общества, которая активно пользуется таким новым видом досуга как компьютерные игры.

Компьютерные игры являются одной из форм проведения свободного времени в современном мире. На протяжении нескольких десятилетий игры перешли от статуса роскоши до части повседневной жизни. В настоящее время компьютерные игры до сих пор остаются преимущественно видом досуга. Тем не менее по мере все больше развития технологии создания игр, технологического прогресса, этот вид досуга стал обладать все большими привлекательными свойствами, из-за чего все больше людей погружаются в игровые миры, чтобы удовлетворить свои потребности.

В ходе исследования мы выделили основные аспекты, привлекающие людей проводить свое свободное время за компьютерными играми. Несомненно, для большинства людей все так же обращаются к такому виду досуга, чтобы интересно провести свое время, но мы можем заметить, что большое количество людей играет в игры и по другим причинам. Компьютерные игры во многом благодаря сети Интернет позволяют людям общаться и проводить совместно время, несмотря на то, что у людей нет возможности контактировать лично. Игры становятся все более интерактивными, они начинают предлагать людям все больше возможностей, которых в реальной жизни у людей нет. Также благодаря играм люди

развивают свои навыки и умения, могут развиваться творчески, профессионально, даже зарабатывать деньги.

Изучив две разные возрастные группы, мы можем сказать, что людей в компьютерных играх привлекают похожие аспекты. И даже не смотря на то, чем они преимущественно занимаются, учебой или работой, и сколько у них остается свободного времени, они все равно проводят его за компьютерными играми.

Поэтому мы можем заметить, что компьютерные игры ярко выделяются на фоне остальных видов досуга. Людям не только дается провести интересно время в ярком мире, частью которого они могут себя ощутить. Они также могут общаться, развиваться, творить, узнавать новое и зарабатывать деньги посредством компьютерных игр. Учитывая реалии современного общества, которое мы можем назвать сетевым, компьютерные игры для него являются наиболее привлекательным видом времяпрепровождения. Благодаря этому мы можем сказать, что компьютерные могут являться ярким примером комфортной сетевой среды.

Надеемся, что наше исследование станет фундаментальным и изменит представление о компьютерных играх как у общества в целом, так и у научного общества, что в дальнейшем послужит катализатором для изучения этой интересной сферы.

**Список используемой литературы и источников**

1. Артамова В. В. Исторические аспекты развития концепции геймификации // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Том 10 №2/1. С. 54-62.
2. Артамонова В. В. Развитие концепции геймификации в XXI веке // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Том 10 №2/2. – С. 37-43.
3. Барков С. А., Носуленко С. В. «облачные технологии» как этап в развитии информационного общества // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2015. № 2. С. 16-24.
4. Басова М. В., Беленко В. Е. Геймифицированные практики современных СМИ// Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2017. № 6. С. 41-51.
5. Борзенко А. А. Игра как средство повышение мотивации в обучении // Europeanresearch. 2016. С. 79-81.
6. Гасанова М. М. Реализация механизмов электронной демократии в социальных сетях и блогосфере: сравнительный анализ // Факторы успеха. 2016. № 2. С. 48-59.
7. Дрешер Ю. Н. Мониторинг информационных потребностей специалистов по обеспечению комфортной среды // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2008. С. 155-163.
8. Доступ к интернету в мире: статистика, тренды // Новый репортер // URL: <https://newreporter.org/2016/03/28/dostup-k-internetu-v-mire-statistika-trendy/> (дата обращения: 6.10.2018)
9. Иванов В. А., Колчин Е. А., Конякин Г. Н. Обеспечение комфортной визуальной среды в городе // Научно-исследовательские публикации: природа, экология и народное хозяйство. 2015. № 2. С. 101-105.

10. Йеспер Ю. Рассказывают ли игры истории? Краткая заметка об играх и нарративах // Логос. 2015. № 1. С. 61-78.
11. Интеллектуальный клуб 4brain // URL: <https://4brain.ru/gamification/index.php> (дата обращения: 15.11.2018)
12. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
13. Компьютеры и интернет в жизни россиян // Левада-Центр // URL: <https://www.levada.ru/2013/05/17/kompyutery-i-internet-v-zhizni-rossiyan/> (дата обращения: 15.09.2018)
14. Кузнецова А. А., Жданова И. В., Малышева Е. В. Формирование эстетически-комфортной среды образовательных организаций // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2018. № 2. С. 81-88.
15. Лагодина Е. В. Комфортная городская среда глазами простого горожанина // Северо-Кавказский психологический вестник. 2013. № 11/2. С. 9-11.
16. Лысак И. В., Косенчук Л. Ф. Современное общество как общество сетевых структур // Информационное общество. 2015. № 2-3. С. 45-51.
17. Моргунов А. А. Специфика коммуникативных отношений в сетевом обществе // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2013. № 7. С. 67-73.
18. Наваль М., Шерайзина Р. М. Комфортная образовательная среда как условие продуктивного взаимодействия ее субъектов // Вестник Новгородского университета им. Ярослава Мудрого. 2016. №5. С. 53-55.
19. О компьютерных играх // ФОМ // URL: <https://fom.ru/Kultura-i-dosug/10991> (дата обращения: 15.09.2018)
20. Пивнев Д. И., Касаткина А. В. Роль игрофикации в образовании: опыт создания игрового модуля // Гуманитарная информатика. 2017. № 12. С. 77-81.

21. Писаревский В. Г. Интернет-сообщества как ядро сетевого общества // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2013. № 16. С. 60-64.
22. Птицына С. С. Теория сетевого общества М. Кастельса: теоретикосоциологический анализ // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. С. 55-56.
23. Пуляевская А. Игрофикация или геймификация // NITforYou. 2016 // URL: <http://nitforyou.com/gamification/> (дата обращения: 15.09.2018)
24. Смолина Е. Г. Понятие «сети» как новый взгляд на устройство общества // Научный вестник Волгоградского филиала РАНХиГС. Серия: политология и социология. – 2015. – № 2. – С. 23-28.
25. Сухов А. В., Стреха А. А. Сетевая структура как основополагающее свойство организации информационных процессов в современном информационном обществе // Транспортное дело России. – 2012. – № 6– 2. – С. 154– 156.
26. Фролова А. С. Сетевое общество и теория фреймов: социально-философское осмысление // Вестник РАЕН. – 2013. – № 3. – С. 61– 63.
27. Хамари Дж., Койвисто Дж. Почему люди пользуются услугами геймификации? // Международный журнал по управлению информацией. 2015. № 35. С. 419-431.
28. Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий. Опыт определения игрового элемента культуры. - СПб.: ИД Ивана Лимбаха, 2017. - 416 с.
29. Хлопкова О. Человек играющий или геймификация социальной реальности // TheWall. 2017. // URL: <http://thewallmagazine.ru/gaming/> (дата обращения: 1.10.2018)
30. Цыплакова Е. О. Анализ случая внедрения механизма социального влияния «Gamification» в сфере привлечения потенциальных потребителей // Дальневосточный аграрный вестник. 2012. С. 54-59.

31. Чамкин А. С. Организационные и социальные особенности глобальной коммуникации в интернете // Системная психология и социология. 2014. № 3. С. 114-132.
32. Шарков Ф. И. Развитие виртуальных сетевых сообществ в интернете // Коммуникология. – 2015. – Т. 3. – № 5. – С. 29– 46.
33. Шилина М. Г. Коммуникация в интернете: методологические основания исследования // Известия Юго-Западного государственного университета. 2014. № 4. С. 127-130.
34. Anttiroiko A. V. Castells' Network Concept and Its Connections to Social, Economic and Political Network Analyses // Journal of Social Structure. 2015. № 11. P. 208-219
35. Brendan Read. Microsoft Uses Gamification to Boost Performance, Skills and Communication across Thousands of Agents // Frost & Sullivan. 2016. URL: [https://www.gameeffective.com/wp-content/uploads/FS\\_CS\\_GamEffective-AgentProductivity\\_BBR\\_112916\\_CAM-v2.pdf](https://www.gameeffective.com/wp-content/uploads/FS_CS_GamEffective-AgentProductivity_BBR_112916_CAM-v2.pdf) (дата обращения: 15.09.2018)
36. Casan P. R. Gamifying content and language integrated learning with serious videogames // Journal of Language and Education. 2017. № 3. P. 107-114.
37. Jymagaliyeva Z. M., Dukembay G. N. The benefits of using gamification in english lessons // European science. 2018. № 9. P. 45-49.
38. Huotari, K., & Hamari, J. Defining Gamification – A Service Marketing Perspective // Proceedings of the 16th International Academic MindTrek Conference. 2012. URL: [https://www.researchgate.net/publication/259841647\\_Defining\\_Gamification\\_-\\_A\\_Service\\_Marketing\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/259841647_Defining_Gamification_-_A_Service_Marketing_Perspective) (дата обращения: 15.09.2018)
39. Ratikan A., Shikida M. Culture based preference for the information feeding mechanism in online social networks // IEICE Transactions on Information and Systems. 2014. № 4. P. 705– 713.
40. Robson K., Plangger K., Kietzmann J. H., McCarthy I., Pitt L. Is it all a game? Understanding the principles of gamification // Business Horizons. 2015. № 58. P. 411-420.



41. Starkova N. O., Timinova E. V. Gamification as an innovative tool of marketing staff of the modern organization // European journal of economics and management sciences. 2015. P. 34-38.
42. What is network environment // Answers // URL: [http://www.answers.com/Q/What\\_is\\_network\\_environment](http://www.answers.com/Q/What_is_network_environment) (дата обращения: 6.10.2018)

### Эмпирическое исследование:

## Компьютерные игры как способ комфортного времяпрепровождения

### МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Обоснование проблемы исследования.** Современный мир характеризуется стремительным развитием компьютерных технологий. В связи с этим развиваются и различные отрасли, которые тесно связаны с этой сферой. Одной из таких отраслей являются компьютерные игры.

Принято считать, что компьютерные игры – это развлечение для молодых, которые предпочитают тратить своё свободное время, сидя за компьютером. Отчасти это так, но давно уже не секрет, что в игры играют представители всех возрастов. Существует огромное количество жанров и каждый находит что-то своё.

Но с течением времени игры стали выступать не только в качестве способа интересно провести время, они начали предоставлять различные возможности – от различных тренажеров, с помощью которых можно, например, изучать языки, до платформ, где можно общаться с людьми из разных городов и стран. Кто-то находит в компьютерных играх поле для удовлетворения своих творческих потребностей, а для кого-то они стали и настоящей работой. Все это во многом связано с развитием сети Интернет, так как она во многом позволила расширить возможности компьютерных игр, сделав из них не просто способ интересного времяпрепровождения, а целое поле, в котором люди так или иначе взаимодействуют.

Социальная типология участников игровых сообществ многогранна и крайне разнообразна. Здесь не существует возрастных, религиозных, гендерных, политических ограничений, все равны. Поэтому времяпрепровождение посредством компьютерных игр является очень привлекательным, ведь у него нет никаких ограничений. Так как все больше

людей приобщаются к компьютерам, необратимо растет и интерес к компьютерным играм. И если у некоторых слоев общества они все еще понимаются, как простой способ досуга, то люди, вовлеченные в компьютерные игры, могут иметь совершенно другой взгляд на этот вопрос и, соответственно, другие мотивы, из-за которых они предпочитают проводить свое свободное время за компьютерными играми. Поэтому возникает вопрос: из-за чего люди выбирают компьютерные игры как способ досуга, и является ли он для них комфортным?

**Целью** исследования является – анализ уровня удовлетворенности респондентов своим времяпрепровождением посредством компьютерных игр.

**Объектом** исследования являются люди, играющие в компьютерные игры, поделенные на две возрастные группы. Первая группа включает людей от 14 до 25 лет, вторая группа от 25 лет и более.

**Предмет** изучения – удовлетворенность людей своим времяпрепровождением в компьютерных играх.

### **Системный анализ объекта исследования**

*Блок 1. Времяпрепровождение респондентов в компьютерных играх:*

1. время, отведенное на компьютерные игры;
2. значение компьютерных игр для респондентов;
3. виды компьютерных игр, которые предпочитают респонденты;
4. жанры компьютерных игр, которые предпочитают респонденты;
5. частота тем в общении, связанных с компьютерными играми.

*Блок 2. Субъективные представления респондентов о комфортности своего досуга в компьютерных играх:*

1. отношение к компьютерным играм как к досугу по сравнению с остальными способами времяпрепровождения;
2. аспекты, делающие времяпрепровождение в компьютерных играх комфортным для респондентов;

3. удовлетворенность своим времяпрепровождением в компьютерных играх;
4. мнение респондентов относительно альтернативных способов времяпрепровождения;
5. мнение респондентов относительно исключения компьютерных игр из своего досуга.

*Блок 3. Мнение респондентов относительно времяпрепровождения в компьютерных играх:*

1. мнение относительно комфортности времяпрепровождения в компьютерных играх;
2. аспекты, делающие времяпрепровождение в компьютерных играх комфортным;
3. отношение респондентов к стереотипам относительно компьютерных игр;
4. отношение относительно ограничений в досуге относительно компьютерных игр.

*Блок 4. Социально-демографические характеристики респондентов:*

1. пол;
2. возраст;
3. образование;
4. материальное положение.

**Гипотезы исследования:**

1. Представители первой группы (14-25 лет) проводят больше времени за компьютерными играми, чем представители второй группы (25 лет и более);
2. Представители первой группы (14-25 лет) чаще обсуждают компьютерные игры, чем представители второй группы (25 лет и более);

3. Большинство респондентов отдают свое предпочтение компьютерным играм как основному виду досуга;

4. Представители первой группы (14-25 лет) больше удовлетворены тем, как проводят свое свободное время, чем представители второй группы (25 лет и более);

5. Представители второй группы (25 лет и более) предпочли бы изменить способы проведения своего свободного времени;

6. Большинство респондентов не согласны с существующими стереотипами о вреде компьютерных игр.

### **Теоретическая интерпретация социологических понятий**

В данной работе используются следующие понятия:

*Компьютерная геймификация* – процесс использования компьютерных игр для решения задач в неигровых видах деятельности.

*Видеоигры (компьютерные) игры* – игра с использованием изображений, сгенерированных электронной аппаратурой, которая базируется на взаимодействии человека и устройства посредством визуального интерфейса.

*Геймер* – человек, играющий в видеоигры.

*Комфортность* – свойство или состояние по значению прилагательного комфортный; сравнительная характеристика уюта, удобства и удовлетворения, определяемая совокупностью положительных психологических и физиологических ощущений человека.

*Комфортная среда* – среда, которая бы удовлетворяла все потребности и требования (социальные, психологические, физиологические) отдельного индивида, способствующая комфортному процессу жизнедеятельности.

*Досуг* – часть нерабочего времени, которая остается у человека после исполнения непреложных непроеизводственных обязанностей.

*Стереотип* – заранее сформированная человеком мыслительная оценка чего-либо, которая может отражаться в соответствующем стереотипном поведении.

*Одиночная игра* – тип компьютерной игры, в которой принимает участие один человек.

*Многопользовательская игра* – тип компьютерной игры, в которой присутствует больше 1 человека. Игра также может проводиться по сети.

*Геймификация* – применение подходов, характерных для игр, в неигровых процессах для решения различных задач.

*Компьютерная сеть* – система, обеспечивающая обмен данными между вычислительными устройствами.

*Комфортная игровая среда* – среда, которая посредством компьютерных игр удовлетворяет требования индивида.

*Комфортная сетевая среда* – это среда, существующая в рамках сети Интернет, обеспечивающая быстрый доступ к большому количеству информации, возможность обмена этой информацией, возможность для удовлетворения социальных, профессиональных и личных потребностей, а также возможность для коммуникации и взаимодействия с другими индивидами.

### **Операционализация социологических понятий**

Данное исследование предполагает выяснение в первом блоке вопросов, связанных с досугом респондентов.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем о том, как часто респонденты играют в компьютерные игры:

1. Каждый день
2. Несколько раз в неделю
3. Несколько раз в месяц
4. Несколько раз в год.

Далее, с помощью порядковой шкалы мы узнаем о том, сколько респонденты выделяют времени на компьютерные:

1. Менее часа
2. 1-4 часа
3. 5-7 часов
4. 8-11 часов
5. Более 12 часов.

С помощью номинальной шкалы мы узнаем, какое место компьютерные игры занимают в жизни респондентов:

1. Основной вид проведения свободного времени
2. Один из видов досуга, наряду с другими
3. Способ дополнительного заработка
4. Источник основного заработка
5. Другое.

Предпочтения респондентов относительно онлайн-игр мы узнаем с помощью порядковой шкалы:

1. Да, и отдаю им предпочтение
2. Да, но примерно одинаково интересуюсь онлайн-играми и одиночными
3. Да, но редко
4. Нет, не играю.

С помощью номинальной шкалы мы узнаем, какие жанры компьютерных игр предпочитают респонденты:

1. Шутеры
2. Файтинги
3. Аркады
4. Симуляторы
5. Спортивные симуляторы
6. Стратегии
7. Квесты

8. Ролевые, RPG

9. Затрудняюсь ответить.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем, как часто респонденты обсуждают компьютерные игры:

1. Да, это одна из основных тем в моем круге общения
2. Да, иногда
3. Редко
4. Не обсуждаю.

Во втором блоке мы узнаем о представлении респондентов о собственном времяпрепровождении.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем о том, выбирают ли респонденты компьютерные игры как свой основной способ времяпрепровождения:

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет

С помощью номинальной шкалы мы узнаем об аспектах, которые делают время, проведенное респондентами в компьютерных играх, комфортным:

1. Возможность интересно проводить время
2. Возможность проводить время с друзьями
3. Соревновательные аспекты игр
4. Удобство по сравнению с другими видами досуга
5. Возможность развивать свои навыки, знания
6. Возможность общаться с людьми из других городов и стран
7. Вовлеченность в игровой процесс, интерактивность
8. Возможность создавать различный контент
9. Возможность зарабатывать деньги
10. Возможность отвлечься от повседневности



С помощью порядковой шкалы мы узнаем об удовлетворенности респондентов тем, как они проводят свое свободное время:

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем о желании респондентов тратить свое время на другие виды деятельности помимо компьютерных игр:

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить.

С помощью номинальной шкалы мы узнаем, на какие виды деятельности респонденты бы хотели тратить свое свободное время (номинальная шкала): открытый вопрос.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем об изменениях в жизни респондентов при отсутствии возможности проводить свое время за компьютерными играми:

1. Больше приобрел
2. Ничего бы не изменилось
3. Больше лишился
4. Затрудняюсь ответить

В третьем блоке мы узнаем отношение респондентов относительно времяпрепровождения за компьютерными играми.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем о мнении респондентов относительно комфортности времяпрепровождения за компьютерными играми:

1. Да
2. Скорее да

3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить.

С помощью номинальной шкалы мы узнаем об аспектах, которые делают времяпрепровождение за компьютерными играми комфортным:

1. Возможность интересно проводить время
2. Возможность проводить время с друзьями
3. Соревновательные аспекты игр
4. Удобство по сравнению с другими видами досуга
5. Возможность развивать свои навыки, знания
6. Возможность общаться с людьми из других городов и стран
7. Вовлеченность в игровой процесс, интерактивность
8. Возможность создавать различный контент
9. Возможность зарабатывать деньги
10. Возможность отвлечься от повседневности.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем отношение респондентов относительно стереотипов, связанных с вредом компьютерных игр:

1. Полностью согласен с ними
2. Согласен с некоторыми из них
3. Совершенно не согласен с ними
4. Затрудняюсь ответить.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем мнение респондентов об введении ограничительных средств по пользованию компьютерными играми:

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить.

Завершает анкету блок вопросов социально-демографических характеристик респондентов: пол, возраст, образование и материальное положение.

С помощью номинальной шкалы мы определим пол респондентов:

1. Мужской
2. Женский

С помощью метрической шкалы мы узнаем о возрасте респондентов.

С помощью порядковой шкалы мы узнаем об образовании респондентов:

1. Окончил среднюю школу
2. Окончил начальное профессиональное заведение (ПТУ/Технический лицей)
3. Окончил среднее профессиональное заведение (Техникум/ колледж)
4. Окончил ВУЗ (Институт/ Университет)

С помощью порядковой шкалы мы узнаем об материальной положение респондентов:

1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываем)
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднение)
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)
5. Очень трудное (едва сводим концы с концами).

## **МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

### **Обоснование выборки исследования**

В качестве генеральной совокупности выступает население России, играющее в компьютерные игры. По типу выборка стихийная, из-за чего заранее точное количество респондентов, входящих в выборочную совокупность, неизвестно.

### **Метод социологического исследования**

Для получения необходимых данных используется анкетный опрос.

### **План-график исследования**

Первый этап составляет подготовка к социологическому исследованию: разработка программы, составление инструментария.

На втором этапе проводится непосредственно само веб-анкетирование. Затем – сбор полученных результатов, обработка, первичный анализ.

На третьем этапе на основе полученных данных пишется научный отчет, подтверждаются или опровергаются гипотезы.

### Анкета

*Уважаемый респондент!*

Кафедра социологии Тольяттинского государственного университета проводит социологическое исследование по теме: «Компьютерные игры как способ комфортного времяпрепровождения».

Просим Вас, по возможности, ответить на все вопросы анкеты, выбрав вариант ответа, более точно отражающий Ваше мнение. Из предлагаемых вариантов отметьте, пожалуйста, тот, который наиболее точно выражает Ваше мнение. *Некоторые вопросы предполагают несколько вариантов ответа.* Если Вы не согласны ни с одним из предложенных вариантов, *допишите*, пожалуйста, *свой ответ на свободной строчке.*

Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.

**Заранее благодарим Вас за участие в социологическом исследовании!**

#### **1. Как часто Вы играете в компьютерные игры?**

1. Каждый день
2. Несколько раз в неделю
3. Несколько раз в месяц
4. Несколько раз в год

#### **2. Сколько часов Вы обычно проводите за компьютерными играми?**

1. Менее часа
2. 1-4 часа
3. 5-7 часов
4. 8-11 часов
5. Более 12 часов

#### **3. Какое значение имеют компьютерные игры в Вашей жизни?**

1. Основной вид проведения свободного времени

2. Один из видов досуга, наряду с другими
3. Способ дополнительного заработка
4. Источник основного заработка
5. Другое

**4. Играете ли Вы в онлайн-игры и как часто по сравнению с одиночными играми?**

1. Да, и отдаю им предпочтение
2. Да, но примерно одинаково интересуюсь онлайн-играми и одиночными
3. Да, но редко
4. Нет, не играю

**5. Каким жанрам компьютерных игр Вы отдаете предпочтение? (Отметьте столько вариантов ответов, сколько считаете нужным)**

1. Шутеры
2. Файтинги
3. Аркады
4. Симуляторы
5. Спортивные симуляторы
6. Стратегии
7. Квесты
8. Ролевые, RPG
9. Затрудняюсь ответить

**6. Часто ли Вы обсуждаете компьютерные игры с кем-либо?**

1. Да, это одна из основных тем в моем круге общения
2. Да, иногда
3. Редко
4. Не обсуждаю

**7. Выбираете ли Вы компьютерные игры как свой основной способ досуга?**

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет

**8. Что делает Ваше времяпрепровождение в компьютерных играх комфортным?(Отметьте столько вариантов ответов, сколько считаете нужным)**

1. Возможность интересно проводить время
2. Возможность проводить время с друзьями
3. Соревновательные аспекты игр
4. Удобство по сравнению с другими видами досуга
5. Возможность развивать свои навыки, знания
6. Возможность общаться с людьми из других городов и стран
7. Вовлеченность в игровой процесс, интерактивность
8. Возможность создавать различный контент
9. Возможность зарабатывать деньги
10. Возможность отвлечься от повседневности
11. Другое \_\_\_\_\_

**9. Удовлетворены ли Вы тем, как проводите свое свободное время?**

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить

**10. Хотели бы Вы тратить свое свободное время на что-то другое, а не на компьютерные игры?**

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить

**11. На что бы Вы хотели тратить свое свободное время? (если в предыдущем вопросе Вы ответили «Скорее нет» или «Нет»):**

---

---

**12. Если бы у Вас не было возможности играть в компьютерные игры, Вы бы от этого больше лишились, чем приобрели, или больше приобрели, чем лишились?**

1. Больше приобрел
2. Ничего бы не изменилось
3. Больше лишился
4. Затрудняюсь ответить

**13. Как Вы считаете, являются ли компьютерные игры способом комфортного времяпрепровождения для большинства людей?**

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить



**14. Как Вы считаете, из-за чего люди предпочитают проводить свое свободное время в компьютерных играх? (Отметьте не более 3-х вариантов)**

1. Возможность интересно проводить время
2. Возможность проводить время с друзьями
3. Соревновательные аспекты игр
4. Удобство по сравнению с другими видами досуга
5. Возможность развивать свои навыки, знания
6. Возможность общаться с людьми из других городов и стран
7. Вовлеченность в игровой процесс, интерактивность
8. Возможность создавать различный контент
9. Возможность зарабатывать деньги
10. Возможность отвлечься от повседневности
11. Другое \_\_\_\_\_

**15. Существуют различные стереотипы относительно вреда компьютерных игр. Как Вы относитесь к этим стереотипам?**

1. Полностью согласен с ними
2. Согласен с некоторыми из них
3. Совершенно не согласен с ними
4. Затрудняюсь ответить

**16. Как Вы считаете, нужно ли вводить какие-либо ограничения пользования компьютерными играми?**

1. Да
2. Скорее да
3. Скорее нет
4. Нет
5. Затрудняюсь ответить

**17. Ваш пол:**

1. Мужской
2. Женский

**18. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст: \_\_\_\_\_****19. Ваше образование:**

1. Окончил среднюю школу
2. Окончил начальное профессиональное заведение (ПТУ/Технический лицей)
3. Окончил среднее профессиональное заведение (Техникум/ Колледж)
4. Окончил ВУЗ (Институт/ Университет)

**20. Как Вы оцениваете материальное положение Вашей семьи?**

1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываем)
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднение)
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)
5. Очень трудное (едва сводим концы с концами)

**Благодарим Вас за участие в исследовании!**

### Вопросы экспертного интервью

1. Как Вы думаете, что такое компьютерные игры?
2. Из-за чего, по Вашему мнению, люди предпочитают проводить свое свободное время за компьютерными играми?
3. Какие есть положительные стороны проведения свободного времени за компьютерными играми?
4. Какие есть отрицательные стороны проведения свободного времени за компьютерными играми?
5. Можете ли Вы назвать какие-либо игры или игровые компании, которые выделяются на фоне остальных? Из-за чего Вы их выделяете?
6. Знаете ли Вы какие-либо законы, связанные с компьютерными играми? Как Вы считаете, нужны ли такие законы? Почему?

Таблица результатов анкетирования

<b>1. Как часто Вы играете в компьютерные игры?</b>	Абс. по	% по	До 25 лет	До 25	25+ лет	
	массиву	массиву	абс.	лет %	абс.	25+ %
Каждый день	321	56,3	201	57,1	120	55,0
Несколько раз в неделю	218	38,2	134	38,1	84	38,5
Несколько раз в месяц	25	4,4	14	4,0	11	5,0
Несколько раз в год	6	1,1	3	0,9	3	1,4
	570		352		218	
<b>2. Сколько часов Вы обычно проводите за компьютерными играми?</b>	Абс. по	% по	До 25 лет	До 25	25+ лет	
	массиву	массиву	абс.	лет %	абс.	25+ %
Менее часа	9	1,6	8	2,3	1	0,5
1-4 часа	374	65,6	216	61,4	158	72,5
5-7 часов	154	27,0	105	29,8	49	22,5
8-11 часов	24	4,2	17	4,8	7	3,2
Более 12 часов	9	1,6	6	1,7	3	1,4
	570		352		218	
<b>3. Какое значение имеют компьютерные игры в Вашей жизни?</b>	Абс. по	% по	До 25 лет	До 25	25+ лет	
	массиву	массиву	абс.	лет %	абс.	25+ %
Основной вид проведения свободного времени	234	41,1	161	45,7	73	33,5
Один из видов досуга, наряду с другими	435	76,3	265	75,3	170	78,0
Способ дополнительного заработка	26	4,6	19	5,4	7	3,2
Источник основного заработка	14	2,5	9	2,6	5	2,3
Другое	7	1,2	6	1,7	1	0,5
	716		460		256	
<b>4. Играете ли Вы в онлайн-игры и как часто по сравнению с одиночными играми?</b>	Абс. по	% по	До 25 лет	До 25	25+ лет	
	массиву	массиву	абс.	лет %	абс.	25+ %
Да, и отдаю им предпочтение	64	11,2	45	12,8	19	8,7
Да, но примерно одинаково интересуюсь онлайн-играми и одиночными	296	51,9	194	55,1	102	46,8
Да, но редко	141	24,7	85	24,1	56	25,7
Нет, не играю	69	12,1	28	8,0	41	18,8

	570		352		218	
<b>5. Каким жанрам компьютерных игр Вы отдаете предпочтение?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Шутеры	457	80,2	292	83,0	165	75,7
Файтинги	92	16,1	56	15,9	36	16,5
Аркады	146	25,6	93	26,4	53	24,3
Симуляторы	138	24,2	91	25,9	47	21,6
Спортивные симуляторы	44	7,7	19	5,4	25	11,5
Стратегии	260	45,6	167	47,4	93	42,7
Квесты	143	25,1	89	25,3	54	24,8
Ролевые, RPG	489	85,8	296	84,1	193	88,5
Затрудняюсь ответить	12	2,1	7	2,0	5	2,3
	1781		1110		671	
<b>6. Часто ли Вы обсуждаете компьютерные игры с кем-либо?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Да, это одна из основных тем в моем круге общения	188	33,0	125	35,5	63	28,9
Да, иногда	295	51,8	180	51,1	115	52,8
Редко	80	14,0	44	12,5	36	16,5
Не обсуждаю	7	1,2	3	0,9	4	1,8
	570		352		218	
<b>7. Выбираете ли Вы компьютерные игры как свой основной способ досуга?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Да	157	27,5	104	29,5	53	24,3
Скорее да	314	55,1	194	55,1	120	55,0
Скорее нет	84	14,7	48	13,6	36	16,5
Нет	15	2,6	6	1,7	9	4,1
	570		352		218	
<b>8. Что делает Ваше времяпрепровождение в компьютерных играх комфортным?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Возможность интересно проводить время	489	85,8	303	86,1	186	85,3
Возможность проводить время с друзьями	316	55,4	218	61,9	98	45,0
Соревновательные аспекты игр	212	37,2	141	40,1	71	32,6
Удобство по сравнению с другими видами досуга	197	34,6	118	33,5	79	36,2

Возможность развивать свои навыки, знания	248	43,5	170	48,3	78	35,8
Возможность общаться с людьми из других городов и стран	206	36,1	128	36,4	75	34,4
Вовлеченность в игровой процесс, интерактивность	453	79,5	279	79,3	174	79,8
Возможность создавать различный контент	91	16,0	61	17,3	30	13,8
Возможность зарабатывать деньги	28	4,9	21	6,0	7	3,2
Возможность отвлечься от повседневности	417	73,2	269	76,4	148	67,9
Другое	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	2657		1708		946	
<b>9. Удовлетворены ли Вы тем, как проводите свое свободное время?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Да	246	43,2	153	43,5	93	42,7
Скорее да	247	43,3	146	41,5	101	46,3
Скорее нет	41	7,2	27	7,7	14	6,4
Нет	8	1,4	6	1,7	2	0,9
Затрудняюсь ответить	28	4,9	20	5,7	8	3,7
	570		352		218	
<b>10. Хотели бы Вы тратить свое свободное время на что-то другое, а не на компьютерные игры?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Да	55	9,6	41	11,6	14	6,4
Скорее да	140	24,6	79	22,4	61	28,0
Скорее нет	232	40,7	139	39,5	93	42,7
Нет	57	10,0	36	10,2	21	9,6
Затрудняюсь ответить	86	15,1	57	16,2	29	13,3
	570		352		218	
<b>11. На что бы Вы хотели тратить свое свободное время?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Общение	21	11,5	11	11,3	10	11,6
Образование	37	20,2	25	25,8	12	14,0
Путешествия	19	10,4	9	9,3	10	11,6
Чтение	14	7,7	1	1,0	13	15,1
Прогулки	8	4,4	6	6,2	2	2,3
Спорт	32	17,5	15	15,5	17	19,8
Творчество	22	12,0	14	14,4	8	9,3
Хобби	11	6,0	6	6,2	5	5,8
Работа	10	5,5	5	5,2	5	5,8
Развлечения	5	2,7	4	4,1	1	1,2
Семья	2	1,1	1	1,0	1	1,2
Затрудняюсь ответить	2	1,1	0	0,0	2	2,3

	183		97		86	
<b>12. Если бы у Вас не было возможности играть в компьютерные игры, Вы бы от этого больше лишились, чем приобрели, или больше приобрели, чем лишились?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Больше приобрел	66	11,6	45	12,8	21	9,6
Ничего бы не изменилось	169	29,6	97	27,6	72	33,0
Больше лишился	258	45,3	164	46,6	94	43,1
Затрудняюсь ответить	77	13,5	46	13,1	31	14,2
	570		352		218	
<b>13. Как Вы считаете, являются ли компьютерные игры способом комфортного времяпрепровождения для большинства людей?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Да	169	29,6	113	32,1	56	25,7
Скорее да	255	44,7	164	46,6	91	41,7
Скорее нет	90	15,8	43	12,2	47	21,6
Нет	3	0,5	1	0,3	2	0,9
Затрудняюсь ответить	53	9,3	31	8,8	22	10,1
	570		352		218	
<b>14. Как Вы считаете, из-за чего люди предпочитают проводить свое свободное время в компьютерных играх?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Возможность интересно проводить время	412	72,3	251	71,3	161	73,9
Возможность проводить время с друзьями	345	60,5	223	63,4	122	56,0
Соревновательные аспекты игр	209	36,7	130	36,9	79	36,2
Удобство по сравнению с другими видами досуга	146	25,6	83	23,6	63	28,9
Возможность развивать свои навыки, знания	30	5,3	21	6,0	9	4,1
Возможность общаться с людьми из других городов и стран	70	12,3	48	13,6	22	10,1

Вовлеченность в игровую процесс, интерактивность	264	46,3	155	44,0	109	50,0
Возможность создавать различный контент	20	3,5	14	4,0	6	2,8
Возможность зарабатывать деньги	53	9,3	35	9,9	18	8,3
Возможность отвлечься от повседневности	263	46,1	162	46,0	101	46,3
Другое	0	0,0	0	0,0	0	
	1812		1122		690	
<b>15. Существуют различные стереотипы относительно вреда компьютерных игр. Как Вы относитесь к этим стереотипам?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Полностью согласен с ними	3	0,5	2	0,6	1	0,5
Согласен с некоторыми из них	202	35,4	123	34,9	79	36,2
Совершенно не согласен с ними	349	61,2	219	62,2	130	59,6
Затрудняюсь ответить	16	2,8	8	2,3	8	3,7
	570		352		218	
<b>16. Как Вы считаете, нужно ли вводить какие-либо ограничения пользования компьютерными играми?</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Да	22	3,9	12	3,4	10	4,6
Скорее да	79	13,9	49	13,9	30	13,8
Скорее нет	164	28,8	100	28,4	64	29,4
Нет	282	49,5	175	49,7	107	49,1
Затрудняюсь ответить	23	4,0	16	4,5	7	3,2
	570		352		218	
<b>17. Ваш пол</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Мужской	522	91,6	330	93,8	192	88,1
Женский	48	8,4	22	6,3	26	11,9
	570		352		218	
<b>18. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
До 25 лет	352	61,8	352	100,0	0	0,0
25 лет и более	218	38,2	0	0,0	218	100,0
	570		352		218	
<b>19. Ваше образование</b>	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %



Окончил среднюю школу	236	41,4	226	64,2	10	4,6
Окончил начальное профессиональное заведение (ПТУ, технический лицей)	12	2,1	6	1,7	6	2,8
Окончил среднее профессиональное заведение (техникум, колледж)	99	17,4	59	16,8	40	18,3
Окончил ВУЗ (институт, университет)	223	39,1	61	17,3	162	74,3
	570		352		218	
<b>20. Как Вы оцениваете материальное положение Вашей семьи?</b>						
	Абс. по массиву	% по массиву	До 25 лет абс.	До 25 лет %	25+ лет абс.	25+ %
Отличное	42	7,4	21	6,0	21	9,6
Выше среднего	233	40,9	139	39,5	94	43,1
Среднее	251	44,0	160	45,5	91	41,7
Ниже среднего	42	7,4	31	8,8	11	5,0
Очень трудное	2	0,4	1	0,3	1	0,5
	570		352		218	