

## СУБКУЛЬТУРА ГЕЙМЕРСЬКИХ ОНЛАЙН-СПІЛЬНОТ — СКЛАДОВА КУЛЬТУРОТВОРЕННЯ В СЕРЕДОВИЩІ НОВИХ МЕДІА

**Анотація.** Автор розглядає проблему розвитку досліджень субкультури онлайн-спільнот. Аналізується роль онлайн-спільнот у процесі соціалізації особистості. У статті робиться висновок, що ігрові онлайн-спільноти мають ознаки власної субкультури та механізми згуртованості.

**Ключові слова:** дослідження ціннісних орієнтацій, ігрові онлайн-спільноти.

**Аннотация.** Автор рассматривает проблемы исследованию субкультуры онлайн сообществ. Анализируется роль онлайн-сообществ в социализации личности. В статье делается вывод о том, что игровые онлайн-сообщества обладают признаками собственной субкультуры и механизмами групповой сплоченности.

**Ключевые слова:** исследования ценностных ориентаций, игровые онлайн сообщества.

**Summary.** The author considers the problem of research of subculture online communities. The article examines the role of online communities in socialization. The article concludes that the online gaming community have symptom its own subculture and mechanisms of group cohesion. The article explores the age-basing statistics, linguistic and subculture specific features and makes scientific assumption on the rate of subculture development.

**Актуальність.** У сучасному суспільстві поряд з традиційними засобами культуротворення дедалі більшої ваги набувають нові медіа — засоби, які в небувалих раніше масштабах уможливили горизонтальні зв'язки між індивідами. Серед таких нових медіа можна назвати соціальні мережі, різноманітні сайти з можливістю отримання і надання персоналізованих послуг (наприклад, сайти знайомств або оголошень), але найбільшою мірою на культурний простір майбутнього та на соціалізацію сучасної молоді впливають онлайн-ігри. Можна стверджувати, що інформаційна революція зумовила не тільки формування глобального інформаційного середовища, а й породила новий сегмент соціальної реальності — “віртуальну реальність”. Вона і здобуває реальне втілення, зокрема, в комп'ютерних іграх, які дедалі більше впливають на індивідуальну та масову поведінку людей.

Кількість осіб, охоплених онлайн-іграми у світі, за даними компанії Інтел, ще в 2008 р. досягла більше 300 млн. осіб, 15 млн. з яких вважали комп'ютерні ігри не тільки своїм хобі, а головним

The scientific issue, raised in this article, is based on the assumption that the possibility to attain the up-to-date knowledge on the formation and development of the cultural process in modern Ukraine is very low if the studies of values of members in online-gamers community are ignored. Thus it becomes impossible to draw up the adequate cultural policy. The absence of relevant knowledge of the cultural process in this field reduces the probability to take the advantaged of this core resource for the development of modern social sphere of Ukraine. In the process of evolution the gaming online-community tend to self-recreation as the first generation of gamers have formed the attributes of gaming subculture and have assigned these attributes in gaming practices. Online gaming network may be seen as the complex of positions, roles, relationships and current flows of resources, the mechanisms of clustering on the basis of common values shared by the online gamers. The scientific necessity to research the various social phenomena using sociologic methods and research, including the evolution of online gaming as networks units with the specific aspects, i. e. subculture, structural features, dynamics, mechanisms for incorporation and functioning in modern society. The network structure includes not only social subjects, but as well the flows of resources, social capital, shared and exchanged by the community members.

**Key words:** studies of value orientations, online gaming community.

сенсом життя. Світовий ринок онлайн-ігор у 2011 р. виріс на 23 % до 20 млрд. долларів США, порівняно з 2010 р. Загальна кількість онлайн-гравців у світі становила у 2011 р. 534 млн. осіб, а у 2013 р. цей показник може досягнути 734 млн. учасників [1]. Уже зараз відбувається зростання сегмента соціальних ігор, оскільки вони мають масовий характер та, крім того, відбувається зростання популярності соціальних мереж. Не стоїть остеронь комп'ютерних ігор і молодь України. Кожен четвертий фахівець з галузі ІТ-індустрії в наш час походить з України, тому серед країн СНД наша країна була лідером з розробки онлайн-ігор до 2008 р., тобто до кризи, після чого більшість компаній або закрилися, або “пішли у тінь” [2]. Відповідно до оцінок опитування, проведеного на початку 2011 р. вітчизняним виданням “Коментарі”, учасників мережевого ігрового ринку, українські “ігромани” витратили на свої захоплення в 2010 р. більше 20 млн. дол. США [3].

Обсяг світового ринку комп'ютерних ігор, включаючи супутнє устаткування, становить, за

різними оцінками, приблизно \$74 млрд. і постійно продовжує рости. За даними дослідницько-консалтингової компанії Gartner, що спеціалізується на ринку інформаційних технологій, до 2015 р. обсяг світового ринку комп'ютерних ігор зросте до \$112 млрд. Варто зазначити, що більшу частину засобів користувачі витрачають на самі ігри — \$44,7 млрд. Ще \$17,7 млрд іде на ігрові платформи, а \$11,8 млрд — на онлайн-розваги. Експерти також наголошують на величезному зростанні частки ігор для мобільних платформ. Зараз вона становить 15%, через чотири роки досягне 20% [4].

Становлення субкультур геймерів відбувається доволі складно, оскільки віртуальний простір до поки не вимагає соціальної організації його членів. За останнє десятиліття у кіберкомунікативному континумі сформувалося специфічне комунікативне соціальне середовище з особливою субкультурою, у якому відбуваються процеси, що виходять за рамки традиційних соціальних інститутів. Відбувається так звана геймеризація всіх традиційних інститутів соціалізації — гра як компонент будь-якої діяльності завдяки цьому набуває дедалі більшої значущості, витісняючи інші компоненти. Відповідно культура такого середовища орієнтована на відповідні потребам ігрової взаємодії символічні атрибути, смислові горизонти та способи інтерпретації взаємодії, більшою мірою розвиваються ігрові практики. За таких умов мережеві ігрові спільноти стають більш значущими, вони виконують функцію культуротворення, адже створюють замовлення на розвиток специфічної субкультури та транслюють її на все суспільство. Отже, вони дедалі помітніше впливають на економічну, політичну та соціальну (насамперед освіта й виховання) сфери суспільного життя, у межах яких здійснюється інформаційний вплив на свідомість і поведінкові стратегії населення України. Це істотно *актуалізує* потребу культурологічного дослідження ціннісних орієнтацій учасників віртуальних мережевих спільнот, їх специфічної субкультури в цілому. **Метою** статті є розгляд субкультурних характеристик ігрових онлайн-спільнот в Україні.

**Наукова проблема**, розгляду якої присвячено статтю, полягає у тому, що без дослідження ціннісних орієнтацій учасників мережевих ігрових-спільнот неможливо зрозуміти процеси формування й розвитку культуротворчих процесів у сучасній Україні, неможливо розробляти відповідні аспекти культурної

політики. Відсутність адекватних знань щодо культуротворення в цій галузі знижує можливість використання цього ключового ресурсу для розвитку сучасного гуманітарного простору України.

Аналіз показує, що в наявних на теперішній момент наукових працях не представлено цілісної концепції ігрових спільнот, яка б відображала їх специфіку, структуру, функції, сутнісні ознаки, ціннісні орієнтації, а також механізми формування, відтворення й розвитку. Українська держава й суспільство потребують вивчення механізмів функціонування мережевих ігрових спільнот, оскільки останні суттєво впливають на процеси формування національної ідентичності та соціалізацію нових поколінь.

**Основний зміст.** Геймери — люди, захопленням яких на тривалий час стали комп'ютерні ігри. Рух геймерів в Україні розпочався в 90-х роках, коли компанія ID Software випустила на ринок гру Doom, а потім Doom II, де гравець міг від першої особи винищувати монстрів. Слідом за поколінням Doom пішло покоління Quake, в останнє десятиліття ареал комп'ютерних ігор, у які грають геймери, розрісся до неймовірних масштабів, однак серед них можна виділити кілька основних напрямів: шутери (стрілялки, FPS); рольові ігри (RPG), перегони й ККІ (колекційні карткові ігри). Усі різновиди ігор граються як офлайн, на персональному комп'ютері або консолі, так і онлайн, в Інтернеті. Українські геймери відіграють у цих процесах помітну роль — наприклад, українська команда Na'Vi, "обійшовши" команду Китаю, одержала перемогу у першості світу з гри Dota 2, який відбувався 2011 р. у Кельні [5]. Окрім гравців, наша країна є потужним продуцентом як "звичайних", так і онлайн-ігор, в Україні є студії, які спеціалізуються на розробці невеликих казуальних ігор для різних ігрових платформ (студії Absolutist, Arkadium), ігри й студії, що займаються розробкою ігор для соціальних мереж (команда Mystery). Серед країн СНД Україна була лідером з розробки онлайн-ігор до 2008 р., тобто до кризи, після чого більшість компаній або закрилися, або "пішли у тінь" [6].

У 2007 р. Інформаційно-аналітичне агентство NPD Group опублікувало результати дослідження, що одержало назву Gamer Segmentation II. Під час його проведення було опитано 11,638 осіб [7]. Фахівці, що проводили роботу, розподілили геймерів на кілька груп і визначили їх процентне співвідно-

шення: Heavy Gamers (“серйозні геймери”) — 2%, Avid PC Gamers (“активні аматори комп’ютерних ігор”) — 33%, Secondary Gamers (“помірні геймери”) — 22%, Avid Console Gamers (“активні аматори ігор для приставок”) — 20%, Mass Market Gamers (“рядові геймери”) — 15%, Casual Kid Gamers (“діти, що грають в ігри час від часу”) — 8%. Згідно з отриманими даними, найбільш активна категорія геймерів, що в NPD позначили як Heavy gamers, становить усього 2% від кількості тих, хто захоплюється іграми, але витрачає на розваги значно більше, ніж представники інших геймерських груп. Наприклад, в останньому кварталі 2007 р. “серйозні геймери” купили ігор у шість разів більше, ніж представники сегмента “активних аматорів комп’ютерних ігор”. Інший цікавий факт полягає у тому, що центральна група “серйозних геймерів” виявилася значно молодшою, ніж передбачалося раніше. “Ми здивуємо тих, хто вважає, що такими геймерами є люди у віці від 18 до 34 років. За нашим даними, більшість “серйозних геймерів” є дітьми й підлітками у віці від 6 до 17 років. Це також вірно для групи “активні аматори ігор для приставок”. Водночас, сегмент “активні аматори комп’ютерних ігор” старші, понад 40% з них належать до вікової групи від 18 до 34 років”, зазначає аналітик NPD Аніта Фрейзер. 2% “серйозних геймерів” — це 3,8 млн. чоловік з 191 млн геймерів, і саме ці, здавалося б, незначні відсотки становлять найбільший інтерес для ігрових компаній.

Проблематика субкультур ігрових спільнот традиційно розглядається в межах соціологічного аналізу впливу на процеси соціалізації людини. У соціології членів ігрових співтовариств виокремлюють як особливу соціальну групу, що охоплює людей, які захоплюються комп’ютерними іграми поряд з іншими видами дозвілля й розваг. Так, українська дослідниця Н. Коритнікова вважає, що геймери відрізняються від інших людей як залученістю в комп’ютерні ігри, так і особливостями групової культури, способу життя, ієрархією комунікативних зв’язків. Вагомою ознакою субкультури є наявність власного сленгу. В Україні існує як загальноживаний сленг учасників онлайн ігор, так і регіональний. Прикладом першого є такі вислови (мовою оригіналу): “Халаява — удивительная случайность, чаще всего используются в процессе игры; Папство — высокий уровень игры. Ламер (ламо, ламосос, ламобот, а также любые производные, которые

приходят в голову в минуты расстройства) — слабый (никакой) игрок. Алень — инакомыслящий. Тот, кто вас не понял или кого не поняли вы. Происходит от англ. “alien” и является самым популярным обращением. Бивис — (оскорб.) — молодой человек, ведущий себя некорректно. Ацтой — неудачное стечение обстоятельств. Задрот — мастер стандартных положений. Иначе — человек, всецело посвятивший себя игре. Решать — хорошо играть. Атаковать — проявлять активность (в чём угодно). Расчехлять — объяснять что-либо, учить. Прёт — хорошо идёт. Отсюда — “пропёрло” — повезло, открылись сверхъестественные возможности. Мораль — настроение, “+” или “-” мораль в зависимости от того как “прёт” [8]. Прикладом регіонального геймерського сленгу можуть бути вирази, що використовуються в донецькому регіоні: “Бок — пошли эти слова от неверных ламеров, которые видели баг и кричали тыкая пальем “Лянь какой бок”. Первый раз я услышал это в клубе 2 года назад. Теперь весь Донецк заражен словом бок, что означает что-то неправильное. Пороть бока — делать что-то не так. “Вася” — часто употребляется в целях позвать кого-нибудь. Можно позвать кого угодно независимо от его реального имени. Задрот — в отличии от Киева — это человек, который играет больше 5 часов в день. Мы не юзаем слов типа “хп”, “хелсы” и т. д. Мы просто говорим “жизни”:) И все ходят не “в клуб”, а “на клуб”, т. е. “на матрицу”, “на энеджи” [9].

Українська дослідниця О. Лобовікова розглядає кіберспорт як транскультурне соціальне явище. Поряд із цим, гру соціологи розглядають як форму імітації соціальної реальності, розвитку інтелектуальних навичок, а також як форму проведення людиною частини її життя. Таким чином, захопленість комп’ютерною грою пов’язана із задоволенням потреби людини в самореалізації, водночас гра не завдає шкоди особистості геймера, а навпаки — сприяє його актуалізації й розвитку.

У багатьох іграх використовуються ідентичності, тим або іншим чином пов’язані з історією та політикою. Однак при цьому онлайн-спільнота дистанціюється від реальних взаємодій у цій сфері. Прикладом такого дистанціювання можна навести правила з відомої гри “World of Tank”: “В общеигровых, боевом и любых иных чатах запрещено обсуждение вопросов современной политики как заведомо провоцирующее конфликты.

Также запрещено сведение военно-исторических тем к актуальным в современной политике темам. Запрещены никнеймы, относящиеся к историческим или политическим деятелям, прежде всего к тем, кто вызывает негативную реакцию у большого количества людей, а так же деятелям террористических организаций; в проекте запрещены как полные, так и сокращенные (тэги) наименования кланов, а так же девизы и описания кланов, которые: каким-либо образом связаны с организациями, нарушающими и нарушавшими действующее законодательство (например, использование различных вариантов нацистской символики, сокращений и обозначений, например СС, а также инициалов, имен и фамилий нацистских деятелей); содержат в себе намёк на расовое или национальное превосходство, а так же пропагандирующие дискриминацию на всех уровнях” [10].

Популярність комп'ютерних ігор зумовлена можливістю конструювання й існування особливої віртуальної взаємодії великих груп людей. Це їх синтетична природа екранного мистецтва, що увібрала в собі можливості літератури, театру, живопису, скульптури, архітектури, музики, хореографії, фотографії. Отже, завдяки інтерактивності, мультимедійності та видовищності комп'ютерні ігри дозволяють задовольняти максимум людських почуттів і, отже, мають найширший спектр впливу на особистість. Мовою оригіналу наведемо вислів, що характеризує смислову наповненість геймера та міру розуміння захоплення грою як соціалізаційним процесом: “Когда пересекаешь определенную возрастную черту (у всех она разная), а в Киеве ты

выиграл уже все, что можно было выиграть — начинаешь задумываться о том, стоит ли продолжать. С нашим уровнем развития киберспорта выше очень сложно прыгнуть. Плюс реальная жизнь начинает требовать все больше времени — работа, карьера, девушки, семья и т. д. Так что, “играй, пока молодой”. А насчет того, что с собой уносишь: остается заработанный респект, слава от былых побед и т. д. Я очень доволен, что был втянут в это движение и если бы мне опять дали возможность выбирать — прошел бы снова по тому же пути. Единственное — надо угадать, когда остановиться, чтоб потом не жалеть, что мог в жизни сделать что-то еще, а время ушло” [11].

Отже, можна зробити певні висновки. У процесі розвитку ігрові онлайн-спільноти починають самовідтворюватися, оскільки перші покоління гравців утворили атрибути ігрової субкультури та закріпили їх у ігрових практиках. Мережевий ігровий простір може розглядатися як сукупність позицій, ролей, відносин, потоків ресурсів, у ньому сформувалися механізми угруповання на основі спільних ціннісних орієнтацій онлайн-гравців. За допомогою соціологічних досліджень необхідно дослідити різноманітні соціальні феномени, зокрема й розвиток ігрових онлайн-спільнот як мережевих утворень зі своїми ознаками — субкультурою, структурними особливостями, динамікою, механізмами інкорпорування і функціонування в сучасному суспільстві в цілому. Мережева структура містить у собі не тільки соціальні суб'єкти, зв'язки між ними, а й потоки ресурсів, соціального капіталу, якими члени мережі обмінюються між собою.

#### Література:

1. Ел. ресурс. — Режим доступу: <http://expert.ru/2012/04/28/igrushki-dlya-vzroslyih>.
2. Ел. ресурс. — Режим доступу: <http://www.investgazeta.net/kompanii-i-rynki/po-tu-storonu-162396>.
3. Ел. ресурс. — Режим доступу: <http://onlinegamez.ru/node/38>.
4. Ел. ресурс. — Режим доступу: <http://www.bagnet.org/news/tech/172412>.
5. Ел. ресурс. — Режим доступу: <http://www.rbc.ua/rus/digests/show/ukrain-skie-geymery-vyigrali-1-mln-dollarov-v-warcraft-23082011111500>.
6. Ел. ресурс. — <http://www.investgazeta.net/kompanii-i-rynki/po-tu-storonu-162396/>.
7. Ел. ресурс. — Режим доступу: <http://www.chitchat.ru/cgi-bin/yabb/rus/Ya-BB.pl?num=1190740084>.
8. Ел. ресурс. — Режим доступу: [http://gameinside.ua/show\\_column.php?column\\_id=10](http://gameinside.ua/show_column.php?column_id=10).
9. Ел. ресурс. — Режим доступу: [http://www.gameinside.ua/show\\_column.php?column\\_id=13](http://www.gameinside.ua/show_column.php?column_id=13).
10. Ел. ресурс. — Режим доступу: <http://forum.worldoftanks.ru/index.php?to-pic/12431>.
11. Ел. ресурс. — Режим доступу: [http://www.gameinside.ua/show\\_column.php?column\\_id=267](http://www.gameinside.ua/show_column.php?column_id=267).