

СЕКЦІЯ 2

СОЦІАЛЬНІ СТРУКТУРИ ТА СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ

СУБКУЛЬТУРА ГЕЙМЕРІВ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

SUBCULTURE OF GAMERS AS A SOCIAL PHENOMENON OF MODERNITY

У статті розглядається субкультура геймерства як соціальний феномен сучасності, пов'язаний з іграми та популяризацією з другої половини ХХ століття персональної техніки (відеоприставок і персональних комп'ютерів), з розвитком клубної ігрової культури. Основна увага приділяється тезі, що геймерство – новий спосіб існування людини в споруджуваному інформаційному суспільстві, коли багато її індивідуальних та особистісних якостей, потенціал виявляються саме в грі (розкриваються інтелектуальні, емоційні здібності, працюють інтуїція, уява). Викладаються теоретичні основи дослідження – роботи вчених, які досліджували геймерство як субкультуру. Субкультура геймерів зародилася майже водночас із появою інформаційного суспільства. З появою комп'ютерних ігор, а пізніше й Інтернету молодь стала активно спілкуватися в мережі. Комп'ютерні мережеві ігри для неї – це можливість спілкуватися в дії: разом з іншими, часто іноземними, однолітками проходити завдання й перемагати ворогів. Виділяються такі типи, на які можна розділити геймерів: нуби, прості гравці, хардкор-геймери, прогеймери, ретрогеймери. Ця субкультура включає такі компоненти: специфічні норми й цінності; традиції; мову й термінологію; символіку. Усі ці компоненти визначаються специфічною картиною світу геймерів, яка впливає на поведінку і ставлення до життя. Автори наголошують, що світ цінностей геймера – це цінності, які становлять певну систему речей, завдяки якій геймери знаходять відеоігри цікавим і привабливим способом проведення вільного часу. Цінностей існує декілька, кожна з них дає можливість зрозуміти структуру світогляду геймера. Зроблено висновок, що багато дослідників розглядає субкультуру геймерів як соціальний феномен сучасного суспільства. Геймерство є результатом побудови інформаційного суспільства, коли частина соціальних практик і життєвих інтересів людей переноситься у віртуальний простір.

Ключові слова: геймер, субкультура геймерів, інформаційне суспільство, цінності, віртуальний простір, гра.

The article considers the subculture of gaming as a social phenomenon of today, associated with games and the promotion of personal equipment (video consoles and personal computers) since the second half of the XX century, with the development of club gaming culture. The main attention is paid to the thesis that gaming is a new way of human existence in the constructed information society, when many of its individual and personal qualities, potential, are manifested in the game (intellectual, emotional abilities are revealed, intuition, imagination work). The theoretical foundations of the study are presented - the work of scientists who have studied gaming as a subculture. The gamer subculture originated almost simultaneously with the emergence of the information society. With the advent of computer games and later the Internet, young people began to actively communicate online. For them, computer networking games are an opportunity to communicate in action: to complete tasks and defeat enemies together with other, often foreign, peers. There are the following types into which gamers can be divided: noobs, simple players, hardcore gamers, gamers, retro gamers. This subculture includes the following components: specific norms and values; traditions; language and terminology; symbolism. All these components are determined by a specific picture of the world of gamers, which affects behavior and attitudes to life. The authors emphasize that the gamer's world of values is the values that make up a certain system of things, thanks to which gamers find video games an interesting and attractive way to spend free time. There are several values, each of which allows you to understand the structure of the gamer's worldview. The article concludes that many researchers consider the subculture of gamers as a social phenomenon of modern society. Gaming is the result of building an information society, when part of people's social practices and life interests are transferred to cyberspace.

Key words: gamer, gamers subculture, information society, values, virtual space, game.

УДК 316.723:316.772.5
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.20.3>

Горпинич О.В.

к.філос.н.,
доцент кафедри економіки підприємств
та соціальних технологій
Державний університет телекомунікацій

Жадан А.Р.

магістр кафедри економіки підприємств
та соціальних технологій
Державний університет телекомунікацій

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку людства українське суспільство переживає період стрімкого розвитку та збільшення впливу ігрової індустрії на види проведення вільного часу й інших видів діяльності. Відеоігри стають популярними й доступнішими для все більш великої кількості насе-

лення. Неймовірний рівень технологічного розвитку та інформаційного суспільства дає змогу пережити не бачений раніше досвід. Сучасному суспільству ігрова індустрія може надати величезну кількість різноманітних відеоігор на будь-який жанр, уподобання й на будь-яку платформу.

Вивченням ігрової індустрії займається наука Game Studies. Вона вивчає відеоігри з різних сторін суспільного життя: з точки зору наратології, соціології, психології, філософії. У кожному із цих аспектів відеоігри вивчаються та починають виглядати по-різному. Феномен геймерства набуває все більшого впливу на суспільне життя, тому ігнорувати цей феномен сьогодні неможливо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Виникнення субкультури геймерів пов'язано з інформатизацією суспільства й культури. В останні роки у вітчизняній дослідницькій та публіцистичній літературі спостерігається зростання інтересу до вивчення феномена субкультур, у тому числі субкультур, пов'язаних із комп'ютерними технологіями. Ця проблематика стала предметом міждисциплінарного знання; вона відображена в низці культурологічних, соціологічних, соціально-філософських, психологічних і педагогічних досліджень. У зв'язку з цим розглянуто праці, присвячені аналізу інформаційного суспільства й феномена віртуальної реальності, таких авторів: Д. Белла, Ж. Бодрійяра, М. Вейнштейна, Н. Вінера, П. Дракера, М. Кастельса, А. Крокера, М. Пентау, Э. Тоффлера, Л. Уівера, К. Шеннона, У. Ешбі й інших.

Аналіз культурологічних, соціологічних, психологічних та інших концепцій, що відображають різні грані цієї проблематики, показує, що для вирішення заявленої в дослідженні проблеми склалися певні теоретико-методологічні передумови. Водночас практично відсутні вітчизняні дослідження, у яких проводиться аналіз заявленої теми.

Постановка завдання. У статті ми намагалися проаналізувати дослідження, які розглядають субкультуру геймерів як соціальний феномен сучасності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Геймер (англ. Gamer – гравець) – в широкому сенсі будь-яка людина, що грає у відеоігри; у вузькому сенсі – людина, для якої гра у відеоігри є невід'ємною частиною її способу життя, іноді професійною діяльністю (геймерство в цьому випадку набуває характеру соціального статусу) [2].

Однією з найчисленніших субкультур, пов'язаних із комп'ютерами та інтернетом, є субкультура геймерів, тобто любителів комп'ютерних ігор. Ігрова індустрія надає широкий вибір ігор різного ступеня складності, що вимагають взаємодії людини або з комп'ютером, або з іншою людиною/групою людей [4].

Геймери вважаються новою субкультурою, увійшли в цей список у 2013 році, після визнання кіберспорту. Незважаючи на те що термін включає людей, які не вважають себе повноправними гравцями, ними часто назива-

ють тих, хто проводить багато часу за іграми або цікавиться ними [3].

Субкультура – це об'єднання групи людей, які значно відрізняються від більшості своєю поведінкою, світоглядом, системою цінностей і зовнішнім видом. Уперше цей термін з'явився в науковій літературі тільки в 30-х роках ХХ століття, а його широке розповсюдження припало на 60-ті роки ХХ століття за кордоном і 80-ті роки в нашій країні. З розвитком інформаційного суспільства виникла нова субкультура – субкультура геймерів.

Субкультура геймерів зародилася майже одночасно з появою інформаційного суспільства. З появою комп'ютерних ігор, а пізніше й Інтернету молодь стала активно спілкуватися в мережі. Комп'ютерні мережеві ігри для неї – це можливість спілкуватися в дії: разом з іншими, часто іноземними, однолітками проходити завдання та перемагати ворогів.

Геймери – прихильники комп'ютерних ігор. У житті вони зовсім різні та майже не відрізняються від звичайних людей. У геймерів є робота, вони займаються спортом, беруть активну участь у житті країни. Геймери можуть займатися справами, які роблять звичайні громадяни, на перший погляд можна й не зрозуміти, що перед вами геймер.

По всьому світу існує безліч ігрових спільнот, які можуть приймати форми різних веб-кілець, форумів та інших віртуальних спільнот. Магазины, які спеціалізуються на іграх, часто слугують місцем для збору груп гравців. До появи Інтернету багато хто грав через звичайний поштовий зв'язок у play-by-mail-ігри, які нагадують онлайн-ігри теперішнього часу. Слово «геймер» (gamer) з'являється у філософії, психології, педагогіці в другій половині ХХ ст. та використовується щодо не до будь-якого гравця, а щодо відео або кібергравця.

Феномен геймерства пов'язаний з іграми й популяризує з другої половини ХХ століття персональну техніку (відеопроставку і персональний комп'ютер) з розвитком клубної ігрової культури. Як відзначають дослідники, геймерство – новий спосіб існування людини в споруджуваному інформаційному суспільстві, коли індивідуальні та особистісні якості, людський потенціал виявляються саме в грі (розкриваються інтелектуальні, емоційні здібності, працюють інтуїція, уява). Відеогра стає нічим іншим, як засобом, що забезпечує можливість захоплююче, повноцінно жити. Геймерство також розглядається як субкультура, що виділяється своїм сленгом, ціннісними категоріями, символікою (наприклад, компаній виробників ігор) [1].

Геймерів можна розділити на такі типи:

– нуби (англ. newbies) – сленгова назва новачків у певній грі або ж в іграх загалом. Також

існують 2 похідні терміни: «новачок» (англ. newbie) – початківець-гравець, але готовий учитися, і «нуб» (англ. noob) – принизливе прізвисько недосвідченого користувача відеоігор;

– прості гравці (жарг. казуали, англ. casual gamers) – люди з обмеженим інтересом до відеоігор. Цей тип геймерів не витрачає на відеоігри багато часу, використовує лише одну ігрову платформу для відеоігор, грає в нескладні відеоігри;

– хардкор-геймери (жарг. хардкорники, англ. hardcore gamers) – геймери, пряма протилежність казуалам. Вони витрачають на відеоігри багато часу, переважно грають у складні відеоігри або в налаштуваннях обирають вищий рівень складності. Мають високий рівень досвіду в відеоіграх різного жанру, інколи мають навички в програмуванні або інших комп'ютерних спеціальностях, що дає їм змогу створювати власні модифікації на різні відеоігри. Мають не одну ігрову платформу, завжди намагаються пройти відеоігру, отримуючи внутрішньоігрові досягнення;

– прогеймери (англ. pro-gamers) – професійні гравці, які грають за гроші. Основним заробітком прогеймери є призові й зарплати за гру на змаганнях із кіберспорту. Прогеймери фінансово залежні від відеоігор, проведення часу за ними не рахується як «вільне» й може приносити менше задоволення гравцеві, так як гра для нього – це робота. У країнах Азії, зокрема в Південній Кореї та Японії, прогеймери спонсуються великими компаніями, ті ж компанії організують кіберспортивні матчі;

– ретрогеймер (англ. Retrogamer) – геймер, який переважно грає тільки в старі відеоігри та використовує для цього старі ігрові консолі. Цей тип геймерів часто використовує емулятори якоїсь ігрової платформи [2].

Отже, дослідники розглядають геймерство як соціальний феномен, субкультуру, соціальну практику. Геймерство є результатом побудови інформаційного суспільства, коли частина соціальних практик і життєвих інтересів людей переноситься у віртуальний простір.

У віртуальному світі гравці можуть виконувати різні дії, взаємодіючи один із одним. Існують і керовані комп'ютером персонажі, у тому числі ворожі. У більшості ігор за знищення ворогів дається винагорода й нараховуються бали досвіду. Отримані бали досвіду гравець використовує для вдосконалення навичок і вмінь героя. Винагорода (ігрова валюта або цінні речі) становлять основу економічних відносин між учасниками гри.

Сьогодні існує 5 основних типів геймерів. У кожному жанрі може бути присутнім від 1 до 5 типів геймерів. Наявність будь-якого типу геймерів залежить від 3 чинників:

– наявності ігрової платформи та її доступної потужності для комфортного геймінгу;

– наявності вільного часу;

– бажання грати.

Для чіткого розуміння того, у яких жанрах присутні типи геймерів, варто проаналізувати самі жанри [1].

Жанр Action. У цьому жанрі присутні всі типи геймерів, від казуалів і до хардкорників з прогеймерами. У цьому жанрі розроблено й розробляються все нові й нові ігри. У цьому жанрі включені різні ігрові механіки, які здатні залучити будь-якого гравця. Ігри із жанру Action досить часто використовуються для кіберспорту. Для комфортного геймінгу підійде більшість наявних сьогодні ігрових платформ.

Жанр «файтинг». Цей жанр частіше користується популярністю в казуалів і хардкорників. Казуали цінують цей жанр за його простоту (на перший погляд) і більш легкий поріг входження в ігровий процес. Хардкорники люблять цей жанр за наявність ігор із високим рівнем складності геймплею й обов'язкове довгострокове та детальне вивчення ігрового світу. Цей жанр не користується популярністю в прогеймерів, так як жанр не має нині гри з явним ухилом на змагання й кіберспортивну участь.

Жанр «стратегія». Цей жанр здатний залучити зовсім небагато типів геймерів, як правило, це хардкорники і прогеймери. Жанр характеризується своїм «специфічним» геймплеем, який вимагає значної кількості часу для вивчення ігрових механік, для подальшої ефективної гри. Також у цьому жанрі присутні гри для кіберспортивних змагань, що робить жанр привабливим для прогеймерів і компаній, які організують змагання з великими грошовими призами.

Жанр «аркада». В аркаді, як правило, зустрічаються найчастіше казуали. Для геймерів цього типу найважливіше не процес, а сама можливість витратити проміжок часу, «убити час». Цей жанр не вимагає наявності дорогого грального обладнання, в ігри цього жанру можна грати на більшості ігрових пристроїв минулих поколінь.

Жанр RPG. У цьому жанрі є можливість зустріти абсолютно всі типи геймерів. Більша різноманітність у плані ігрового процесу, налаштування самої гри й великий вибір аматорських модифікацій залучають усі типи геймерів.

Симулятор. Цей жанр трохи відрізняється від інших типів жанрів. Як правило, симулятори вдають із себе не тільки саме відеоігри, а й навчальні програми для різних типів робочої діяльності (збройні сили, бізнес симулятори).

За всю історію розробки відеоігор розробники були змушені комбінувати жанри відеоігор для більшої іграбельності й залучення нових гравців на будь-яке ігрове ком'юніті.

Зараз можна зустріти ігри, які поєднують від двох до декількох ігрових жанрів.

Важливе місце в будь-якій картині світу посідає образ «Я» – певне уявлення про самого себе. Потрапляючи у віртуальний світ комп'ютерних ігор, людина отримує нове ім'я. Воно символізує початок її «віртуального життя». Трансформуючи образ свого «Я», геймер з'єднує у свідомості два різні життя – віртуальне й реальне, і два різні образи – образ реальної людини й, наприклад, комп'ютерного героя. Вона починає заново соціалізуватися, осягати норми та цінності іншого світу, що кожен раз сприяє збереженню як самої картини світу геймерів, так і відтворенню всієї субкультури геймерів загалом.

Ця субкультура, як й інші субкультури, характеризується наявністю специфічної мови. Сленг геймерів, як й інші види молодіжного жаргону, увібрав частини інших сленгових систем, наприклад, програмістів, загально-молодіжний сленг, терміни різних наук, слова з іноземних мов тощо.

Символіка субкультури геймерів, як і будь-якої субкультури, постійно модифікується. Вона здатна вбирати різні символи інших субкультур: у субкультурі геймерів можна зустріти елементи символіки, від різних релігійних груп і молодіжних музичних течій до символіки суспільно-політичних рухів. Усе залежить від особистих переваг самого геймера: яку музику він слухає, яким жанрам ігор віддає перевагу тощо.

У субкультурі геймерів існує своя ієрархія. Як правило, усіх геймерів ділять на кілька рангів:

1. Нуб, або новачок. Це найнижчий ранг серед геймерів. Він позначає геймера, який тільки недавно почав грати в якусь гру. Різниця між нубом і новачком полягає в тому, що нуб – це геймер, який грає дуже погано й у більшості випадків не має бажання вдосконалювати свої навички в грі. Новачок – це геймер, який тільки недавно почав грати в якусь певну гру, має низький досвід, але має бажання вдосконалювати свої навички. Слово нуб часто набуває негативного сенсу й використовується як образливе слово.

2. Геймер, або середньостатистичний геймер. Цей ранг дається гравцям, які мають середній рівень ігрових навичок і досвіду якоїсь гри. Часто геймери із цієї категорії розвивають далі свої навички, щоб перейти до наступної категорії.

3. Професійний геймер. Це найвищий ранг в ієрархії геймерів, він позначає гравців, які досягли високих рівнів в ігровому рейтингу та мають значний досвід у відеоіграх. Такі геймери часто починають кар'єру кіберспортсмена [3].

Отже, ця субкультура включає такі компоненти: специфічні норми й цінності; традиції; мову й термінологію; символіку. Усі ці компо-

ненти визначаються специфічною картиною світу геймерів, яка впливає на поведінку і ставлення до життя.

Найважливішою системною характеристикою є жанри ігор, вони визначають членство в кланах, світогляд, зовнішній вигляд тощо.

Геймери живуть в основному в містах, де є можливість доступу до інтернету, через який геймери качають відеоігри та грають в онлайн. У відеоігри грають як чоловіки, так і жінки. Єдина різниця може бути тільки в бажаних жанрах відеоігор.

Майже всі геймери мають основну роботу або інше джерело доходів. Ігрові платформи та відеоігри мають досить велику ціну й потребують постійного оновлення. Для комфортного гравального процесу в більшості відеоігор потрібен швидкий і якісний інтернет, який також потрібно оплачувати.

Світ цінностей геймера – це цінності, які становлять певну систему речей, завдяки якій геймери вважають відеоігри цікавим і привабливим способом проведення вільного часу. Цінностей існує декілька, кожна з них дає можливість зрозуміти структуру світогляду геймера [4].

Цінність самої гри, світу віртуальних можливостей і форм самопрезентації. Для багатьох геймерів ігрова віртуальна реальність більш цікава, ніж реальний світ. Тим, хто має багато контактів із людьми на роботі чи взагалі в повсякденному житті, відеоігри дають можливість відійти від проблем у віртуальний світ. Віртуальний світ дає можливість відчути себе в іншій реальності, де відомі правила гри, де ситуацію контролює сам гравець, є можливість розпочати нову гру. Багато відеоігор мають можливість пройти їх заново, кожного разу граючи нового персонажа з іншими параметрами та здібностями. Сучасні відеоігри мають дуже великі локації, які за рівнем деталізації схожі на реальні міста. Завдяки цим можливостям відеоігри привабливі для геймерів і простих людей, які ще не грали у відеоігри, але такі можливості дадуть змогу заманювати в ігрову індустрію все більшу аудиторію.

Висновки з проведеного дослідження. Ігрова комунікація є важливою цінністю для більшості представників цієї субкультури. Сьогодні багато геймерів грає в мережеві ігри, які дають можливість спілкуватися в глобальному просторі. Цей неймовірний, небачений раніше соціальний феномен з'єднує шанувальників комп'ютерних ігор різних країн, різного віку, статі тощо в єдину аудиторію. Мати членство в ігровій гільдії, набуття там статусу та авторитету – форми сучасної соціалізації молоді у світі загальної гри.

Отже, багато дослідників розглядає субкультуру геймерів як соціальний феномен сучасного суспільства. Геймерство є резуль-

татом побудови інформаційного суспільства, коли частина соціальних практик і життєвих інтересів людей переноситься у віртуальний простір.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кропачева М.А., Литвинова Е.С. Субкультура геймеров, единая и делимая. *Социо- и психолингвистические исследования*. 2013. Вып. 1. С. 74–77.

2. Лапшин В.А. Геймер. URL: <http://www.soc-mol.ru/encyclopaedia/youth/353-geymer.html>.

3. Прокопова А. Кто такие «геймеры». URL: http://www.makarova.net/index.php?option=com_content&task=view&id=109.

4. Степанцева О.А. Субкультура геймеров в контексте информационного общества : автореф. дисс. ... канд. культурологии. Санкт-Петербург, 2007. 27 с.