

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ИГРОВОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*О. М. Кунцевич,
преподаватель БГУКИ*

В современном социокультурном пространстве происходит активное распространение игровой деятельности, которая востребована обществом, распространяются игровые формы, динамичное развитие игровой индустрии. Часть современных проблем, таких как игромания и игрозависимость, связана с игрой как особым видом деятельности и носит остросоциальный характер.

Игра – это один из видов социального поведения в самых разных сферах жизни. Игра является искусственно сконструированной моделью тех или иных процессов реальной жизни и выполняет две основные функции: развития личности и компенсации (замещения) процессов, которые удовлетворяют некоторые потребности индивидов, но не могут быть реализованы в реальной жизни. Пространство игры, используя символические формы и знаки, дает возможность для освоения мира. Часто в игре моделируются ситуации (конфликты), решение которых является как физической, так и психологической тренировкой к будущим жизненным ситуациям деловых контактов в профессиональной сфере. Игра как в чистом виде, так и в форме игровых моментов реальной жизни выступает в качестве одного из мощных механизмов поведения людей, в том числе и в экономической сфере в качестве как производителей, так и потребителей. Игра как действие всегда заполняла жизнь человека: добыча еды, завоевание новых территорий, к своего рода играм можно отнести войны, турниры, балы и т.д. В современных экономически высокоразвитых странах самое широкие слои населения тесно переплели свою жизнь с игрой: ею насыщен труд и особенно потребление, вышедшее за рамки естественных потребностей [1, с. 46].

Феномен игры претендует на доминирующее положение в социокультурном пространстве, где возникает и утверждается игровая парадигма, игровая культура становится ведущей культурной формой. С другой стороны, процессы нарастания «игрового» в культуре во многом являются следствием усиления влияния игровой культуры, в свою очередь, выступая результатом

происходящих изменений внутри нее самой, трансформации ее актуальных смысловых доминант.

Сегодня понятие игровой культуры перестало принадлежать только сфере детских игровых форм досуга, став всеобъемлющим в области любых контактов человека разного возраста и социального статуса, как с окружающим его миром, так и с самим собой. Став самостоятельным структурным компонентом культурной деятельности человека, игровая культура все больше привлекает к себе внимание исследователей.

Понятие «индустрия культуры» впервые ввели представители Франфурктской школы Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно в своей знаменитой работе «Диалектика Просвещения». По их мнению, индустрия культуры – это целый промышленный аппарат по производству единообразных, стандартизированных новинок в сферах искусства, живописи, литературе, кино и др. Она не несет за собой ценностных ориентиров для человека, не направлена на духовное обогащение и просвещение, являясь по сути развлекательным бизнесом. Индустрия культуры понимается как разновидность товара, у которого есть производитель и потребитель. В качестве потребителя выступают массы, которые посредством стандартизированного искусства являются объектом манипулирования в капиталистическом обществе. По мнению Адорно, классическое, элитное искусство уходит на второй план [6, с. 152].

Развитие компьютерных технологий и увеличение спроса на них повлияло на быстрое распространение компьютерной индустрии. Молодежь отдала предпочтение компьютерным играм, а не играм со сверстниками во дворе. Это привело к появлению новой субкультуры, а также распространению термина «геймер» (от англ. *gamer* – постоянно играющий в компьютерные игры). «Разновидности» геймеров очень многочисленна и зависят от манеры игры и их поведения, степени привязанности к играм и состоянию психологического здоровья.

На данный момент огромное количество компаний специализируется только на запуске онлайн-проектов. Практически каждый, вне зависимости от возраста и положения, может найти то, что ему понравится на просторах интернета впоследствии способно стать для него зависимостью. Чуть позже на просторах игровой индустрии появились так называемые

браузерные игры, для которых не нужно загружать тяжеловесных клиентов, а играть прямо в программе просмотра веб-ресурсов. Российские разработчики изначально отставали от иностранных, а тем более в онлайн-проектах. Первым успешным и популярным в России можно считать проект *combats*, или Бойцовский клуб.

Игра очень быстро завоевала популярность именно потому, что играть может абсолютно любой человек, у которого есть выход в Интернет. Не требуется никакой супермощной конфигурации компьютера, дополнительных устройств и вложений. Цель игры – развивать своего персонажа, участвовать в боях и побеждать в них. Постепенно популярность игры привела к тому, что авторы проекта разрешили вкладывать в своего персонажа реальные деньги. После этого в проект пришло много молодых амбициозных бизнесменов, которые могли тратить на нее десятки тысяч евро. Каждый из них стремился получить преимущество над своим соперником. Однако эта мера постепенно вытеснила из *combats* простых игроков. Поэтому в 2007 г. администрация проекта решила постепенно отойти от сильного влияния реальных денег.

Но популяризация подобного вида отдыха в последнее время приобретает все более широкий размах. Проводятся чемпионаты мира по компьютерным играм, которые получают статус отдельного вида спорта, получившего название – киберспорт. Киберспорт – это спортивные соревнования по компьютерным видеоиграм. Как и у любого вида спорта, здесь свой отбор игроков и правила участия, специфика организации соревнований и система призового фонда [3]. Киберспортивные организации существуют в нескольких странах СНГ, включая Беларусь (с 2004 г.), Казахстан, Россию и Украину.

Таким образом, в изучении тенденций развития игровой культуры во всевозможных вариантах, фиксировании в ней новых структурных компонентов и различных аспектов ее функционирования состоят дальнейшие перспективы для исследований.

Развитие компьютерных клубов в больших городах, особенно в Минске, набирает свои обороты. Спрос рождает предложение. Если столице на один клуб приходится около 8 тыс. потенциальных клиентов, то в районных городах этот показатель превышает 125 тыс. Спрос на компьютерные игры среди тинейджеров в областных

и районных городах республики постоянно повышен [2]. Владельцы компьютерных клубов предпринимают различные способы не только для привлечения пользователей, но и для их удержания. Вводится система скидок для постоянных клиентов, постоянное обновление программного обеспечения и технических средств, проводятся соревнования на звание «лучшего игрока клуба», иногда создается доска почета и т.д.

Таким образом, можно говорить о наличии свободы выбора из предлагаемых на данный момент видов игровой культуры и трансформации досуговых практик молодежи. Можно с уверенностью констатировать то, что игровые элементы активно проникают и используются в различных сферах деятельности, в таких как политика, бизнес, управление, образование и так далее. В последнее время значительно увеличивается число игровых учреждений, формализующих игровую деятельность, игровой бизнес становится одним из самых прибыльных во всем мире.

1. Антонова, Н. Л. Потребности молодежи в сфере свободного времени / Н. Л. Антонова // Кросс-культурные и тендерные исследования. Социологические проблемы образования, семьи, молодежи. – Екатеринбург, 2004. – С. 44–48.

2. Бенко, А. Рентабельность компьютерных клубов – 100% / А. Бенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.openbusiness.ru/html/internet_cafe2.htm.

3. Киберспорт // Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Киберспорт>.

4. Сидаш, Д. Развитие игровой он-лайн индустрии. – [Электронный ресурс] / Д. Сидаш. – Режим доступа: <http://sidash.ru/razvitiye-igrovoy-on-layn-industrii>.

5. Хомченко, А. «Отборочные игры WCGBU–2011» / А. Хомченко // Белорусский компьютерный журнал. Мой компьютер. Страницы компьютерных новостей. – 2011. – №13 (119) август. – С. 24–31

6. Хоркхаймер, М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркмайер, Т. Адорно. – М. : Медиум ; СПб. : Ювента, 1997. – С. 149–209.