

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПОРТРЕТА ГЕЙМЕРА

Важенина Н.В.¹, Жильцов А.И.²

¹Важенина Наталья Валерьевна – старший преподаватель,
кафедра учёта и внешнеэкономической деятельности;

²Жильцов Антон Иванович – студент,
направление подготовки: организация работы с молодёжью,
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
Курганский государственный университет,
г. Курган

Аннотация: в статье рассматривается понятие «социальный портрет». Составляется социальный портрет представителя субкультуры «Геймеры».

Ключевые слова: социальный портрет, субкультура, компьютерная игра, геймер.

Субкультура геймеров впервые появилась в 80-х годах, когда широкое распространение получили игровые автоматы. Сейчас же, это огромная масса молодых людей, которые используют компьютерные игры в качестве досуга или работы (киберспортсмены). Одной из отличительных черт данной субкультуры, является отсутствие возрастных и половых границ [3].

Актуальность нашего исследования заключается в том, что при работе с представителями субкультуры «геймеры» нужно понимать возрастные особенности и отличительные черты индивида, состоящего в данной субкультуре. Таким образом встает необходимость в исследовании социального портрета геймера. Социальный портрет – это комплекс обобщенных характеристик социальной группы, т.е. выявление общих и устойчивых характеристик портретируемой группы, которых можно достигнуть при помощи математических и компьютерных методов [2].

Цель исследования: составить социальный портрет геймера на основе опроса.

Предполагается решить следующие задачи:

- 1) Создать анкету для опроса
- 2) Провести опрос
- 3) Обработать полученную информацию
- 4) Составить социальный портрет геймера, представить конечный результат.

Объем выборки составил 200 человек. Из которых 100 мужчин, и 100 женщин соответственно. Возраст опрашиваемых от 14 до 35 лет. Анкета состояла из 10 вопросов.

Из 100 мужчин, 60 % играют в компьютерные игры и на вопрос: «Вы считаете себя геймером?» - ответили утвердительно. 35% играют в компьютерные игры и не считают себя геймерами. 5 % ответили, что не играют в компьютерные игры и не считают себя геймерами.

Вы считаете себя геймером? (мужчины)

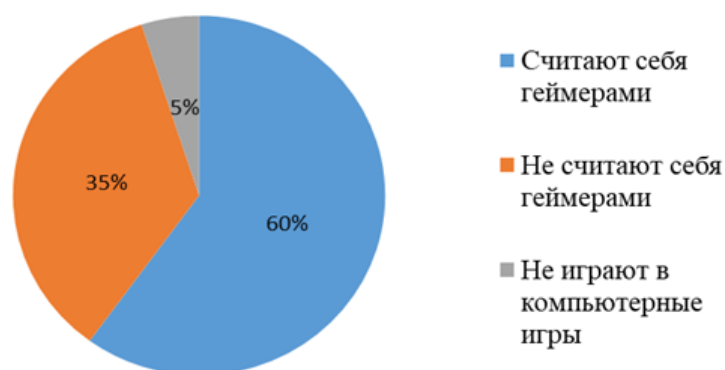


Рис. 1. Процент геймеров мужчин

Из 100 женщин, 11% играют в компьютерные игры и на вопрос: «Вы считаете себя геймером?» - ответили утвердительно. 53% играют в компьютерные игры и не считают себя геймерами. 36% ответили, что не играют в компьютерные игры и не считают себя геймерами.

Вы считаете себя геймером? (женщины)

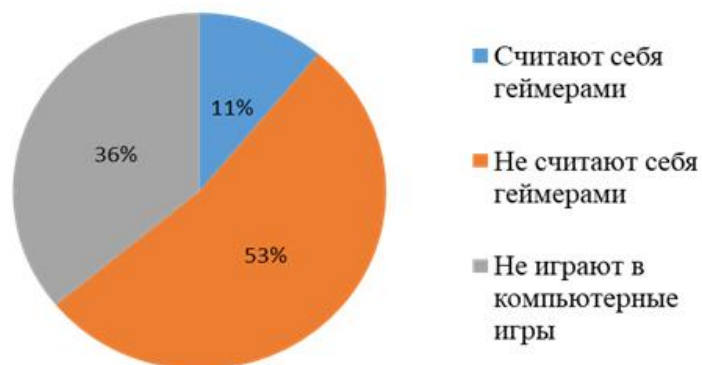


Рис. 2. Процент геймеров женщин

Сравнив диаграмму мужчин и диаграмму женщин, мы пришли к выводу, что количество мужчин геймеров, в разы больше чем количество геймеров женщин. 5% мужчин не играющих в компьютерные игры, против 36% женщин не играющих в компьютерные игры.

От общего количества респондентов 35% играют в игры и считают себя геймерами, 44% играют в игре и не считают себя геймерами, 21% не играют в игры.

Вы считаете себя геймером и играете в компьютерные игры?

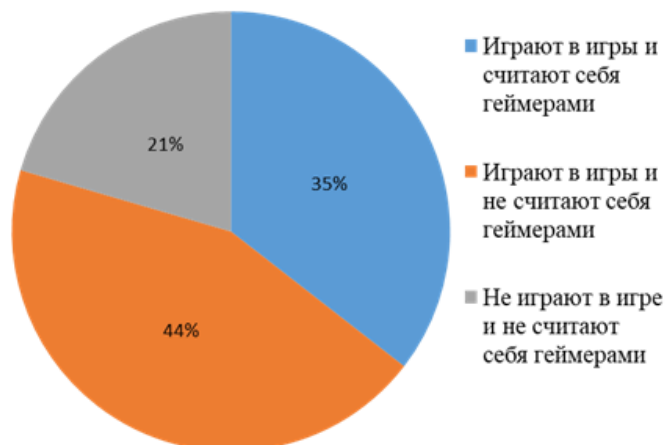


Рис. 3. Процент геймеров среди играющих в компьютерные игры

В браке состоят всего 9% геймеров, преимущественное большинство не состоит в браке, целых 90%. От ответа воздержался 1% геймеров.

Состоите ли вы в браке?

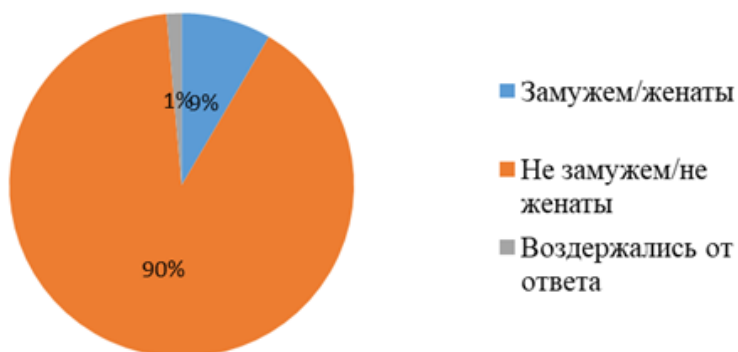


Рис. 4. Процент состоящих в браке геймеров

Постоянное место работы имеет 30% геймеров, большинство же, 70%, не имеют постоянного места работы. Из неработающих 92% получают образование, и 8% не работают и не получают образование.

Вы имеете постоянное место работы?

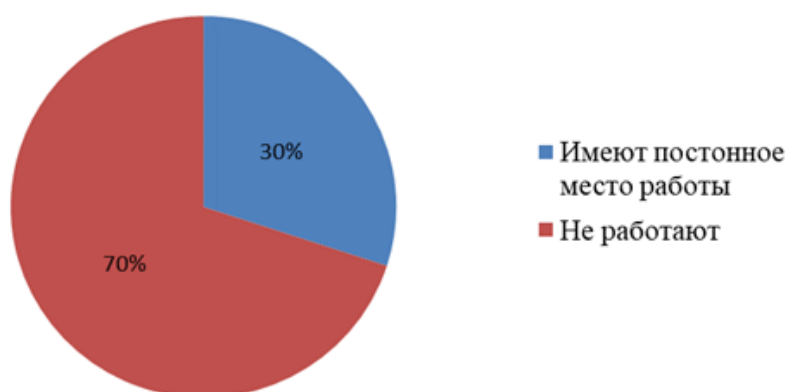


Рис. 5. Процент работающих геймеров

На вопрос: «Как часто вы играете в компьютер?»», респонденты ответили: 1% - не отрываюсь от компьютера, 29% играют каждый день – этот вариант отметили большинство, 19% - несколько раз в месяц, 22% - пару раз в год и реже, пару раз в два-три дня играет 15% респондентов, 10% играют пару раз в неделю, и всего 4% никогда не играют в компьютер. Из этих 4% все не состоят в браке и не имеют рабочего места.

Как часто вы играете в игры?

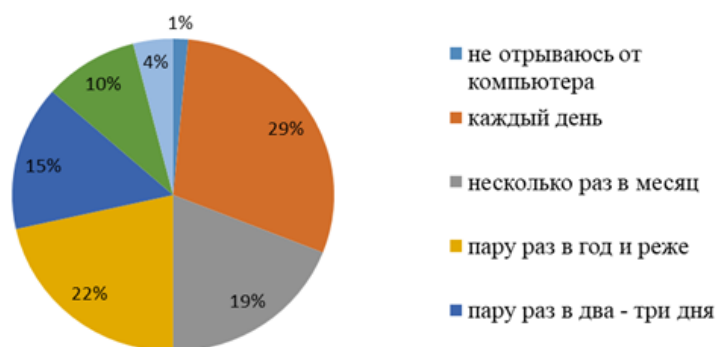


Рис. 6. Показатель времени, проводимого за компьютерной игрой

В вопросе: «Отметьте жанры компьютерных игр, в которые вы играете?» - респондентам предлагалось отметить несколько основных предпочитаемых жанров. Одним из самых популярных жанров компьютерных игр является жанр 3D-шутеров, его отметили 61,9% геймеров. Далее идет жанр RPG (Rolling Playing Game), жанр ролевых игр, его отметили 41,8%. Наименее популярным является жанр музыкально/танцевальных игр.

Таблица 1. Популярность жанров компьютерных игр

Жанры компьютерных игр	Кол-во человек	Процент
3D-шутеры, «бродилки-стрелялки» (GTA, Counter-Strike, PUBG, FarCry, Call of Duty etc.)	117	61.9%
RPG (The Elder Scrolls, Mass Effect, Fallout, Diablo)	79	41.8%
Симуляторы/менеджеры/спортивные (SIMS, Монополия, FIFA, etc.)	75	39.7%
Стратегии (Warcraft, Starcraft, Civilization etc.)	69	36.5%
Гонки (NFS, F1 2011, PURE etc.)	68	36%
Головоломки (пазлы, Portal, The witness, etc.)	60	31.7%
Стелс-экшен (Hitman, Assassin's creed, Dishonored etc.)	51	27%
Приключения (Tomb Raider, Syberia, Space Quest etc.)	48	25.4%

Файтинги (Mortal Kombat, Tekken, Street Fighter etc.)	34	18%
Традиционные (карточные игры на пк, шашки, шахматы etc.)	34	18%
Аркада (Марно, Pac-Man etc.)	29	15.3%
Музыкальные/танцевальные игры (Guitar Hero, Pump it Up, SingStar etc.)	17	9%

По результатам исследования, составлен социальный портрет геймера. Представители этой субкультуры в большинстве своем мужчины (60%), не состоящие в браке, получающие образование и не имеющие постоянного места работы. Женщин геймеров на порядок меньше, всего 11%. Геймеров состоящих в браке всего 9%, это является следствием того, что возраст людей считающих себя геймерами колеблется от 14 до 32 лет. В большинстве своем, это молодые люди, социализация которых еще не завершена. Также, этот вывод подтверждается тем, что из 70% безработных геймеров, 92% получают образование и 37% не совершеннолетние. В компьютерные игры, каждый день играет всего 29% геймеров.

Список литературы

1. *Аветисова А.А.* Традиционные и современные исследования игрового поведения // Методология и история психологии. М. Исследовательская группа «Социальные науки», 2009. № 4. С. 82-94.
2. *Арон Р.* Этапы развития социологической мысли. Общ. ред. и предисл. П.С. Гуревича. М., 1992.
3. *Беляев И.А.* Культура, субкультура, контркультура. Оренбург: Филиал УрАГС в г. Оренбурге, 2002. С. 5-18.
4. *Левикова С.И.* Молодёжная субкультура: Учебное пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
5. *Green C.S. & Bavelier D.* Playing video games enhances visual attention. Power Users of Technology Summit. United Nations. NYC. NY., 2004.