

СУНДИКОВА М. В., ФОФАНОВА К. В.

СТРУКТУРИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В ВИДЕОИГРАХ

Аннотация. В статье предлагается социологический подход к изучению ценностей в структуре видеоигр, демонстрируется как разработчики конструируют эти ценности и манипулируют ими. Анализ аксиосферы компьютерных игр свидетельствует о том, что актуализация ценностей зависит как от характера игры, так и от игрока.

Ключевые слова: аксиосфера, видеоигра, моральные ценности, структура игры, ценности, эмоции.

SUNDIKOVA M. V., FOFANOVA K. V.

STRUCTURING AND REALIZATION OF VALUES IN VIDEOGAMES

Abstract. The article presents a sociological approach to the study of values in the structure of videogames. In particular, it is shown how developers construct and manipulate these values. The analysis of the axiological sphere of computer games proves that the actualization of values depends both on the game and the gamer.

Keywords: axiological sphere, videogame, moral values, game structure, values, emotions.

Ни для кого не секрет, что наше реальное поведение далеко не всегда соответствует нашим ценностям. Нередко мы игнорируем нуждающихся, говорим неправду, не заботимся об окружающей среде, даже если всецело признаем ценности щедрости, честности или экологической ответственности. Однако в ряде проектов, связанных с созданием виртуальной реальности, особенно в производстве игр, пропасть между поведением и ценностями может стать еще шире. Каждый из нас слышал выражение «это просто игра»: она не равноценна жизни, а значит не требует, чтобы человек подчинялся тем же моральным нормам. Поэтому поведение человека в реальном мире нередко не совпадает с поведением в игровом мире, так же как игровые ценности могут серьезно отличаться от ценностей, регулирующих повседневную жизнь (как правило, в сторону смягчения их жесткости и обязательности). Наконец, следует иметь в виду, что разработчики способны воздействовать на решения геймеров, программировать возможные результаты их действий, конструируя ценности и манипулируя ими. В результате эта искусственно выстроенная аксиосфера игры может иметь обратное воздействие на реальную жизнь, воздействуя на поступки человека. Жизнь современного человека все более переплетается с виртуальной, поэтому сложная многоуровневая система ценностных взаимодействий в компьютерной игре требует соответствующего изучения и интерпретации.

Цель статьи: изучить ценности в видеоиграх в рамках социологического подхода, на примере качественного контент-анализа проанализировать, как они конструируются разработчиками и интерпретируются геймерами. Проблемное поле исследования заключается в несоответствии интерпретации ценностей, транслируемых посредством игры, со значениями, которые игрок в них вкладывает и социальными действиями, предпринимаемыми игроком впоследствии.

Видеоигра обычно определяется как система с использованием изображений, в которой игроки участвуют в искусственном конфликте, основанном на определенных правилах, исполнение которых ведет к тому или иному результату, запланированному разработчиками. Поскольку речь идет о конфликтах, правилах и целях, в игровой процесс неизбежно вовлекаются ценности.

В социологической науке определение ценности трактуется в нескольких вариациях. Основываясь на взглядах М. Вебера, ценности составляют некое благо. По мнению Э. Дюркгейма, ценности существуют в объективной реальности. Опираясь на определения, обозначенные в социологической литературе, ценности можно обозначить как результаты или продукты разнообразной деятельности, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп.

Согласно научно-обоснованной классификации ценностей, которую предложил В. П. Бранский, ценности можно подразделить на утилитарные и духовные. Первые способны принести людям пользу посредством удовлетворения материальных потребностей (в пище, жилище, услугах и т.п.) или посредством осуществления (удовлетворения) правовых потребностей людей (социальных групп). Духовные ценности удовлетворяют потребности людей (социальных групп) в совершенствовании, развитии их духовного мира, в насыщении сознания и души человека знаниями, чувствами, идеалами.

В видеоиграх актуализируются ценности, обладающие выразительностью. Они способны при восприятии и их понимании передавать людям или формировать у них социальные чувства или знания. Структура ценностей в видеоиграх включает:

- 1) нравственные ценности, например, такие как: вежливость, честь, достоинство, самопожертвование, мужество;
- 2) эстетические ценности (художественные произведения искусства, произведения различных исторических эпох и народов, такие как картины, статуи в видеоиграх);
- 3) мировоззренческие ценности (идеологические символы);
- 4) научные ценности – знаковые системы, передающие игрокам накопленные в науке знания о мире.

Предполагается, что ценности в видеоиграх имеют скорее практический, чем теоретический характер. С их помощью разработчик может стимулировать игровой процесс, создавать баланс между участниками игрового мира, манипулировать игроками. Убеждения и идеалы в видеоиграх могут быть структурированы с помощью разнообразных источников (формальных, технологических, социальных), являться результатом сознательного выбора геймера, зависеть от других игроков, от финансовых интересов компаний и т.д.

Вопрос о ценностях проявляется уже на этапе производства видеоигр. Разработчики создают игровой мир, в который инкорпорированы определенные ценности. Прежде всего, это те ценности, которые характерны для игры как таковой: воли к победе, азарта, соперничества, командной игры, доверия и т.д. [3; 4] Отметим, что различные игры поддерживают различные ценности: например, в командных играх важна ценность сотрудничества, а в индивидуальных – соперничества, поэтому футбол и бокс, например, представляют различные формы ценностного самовыражения игроков. Некоторые компьютерные игры выражают спортивные ценности, некоторые – ценности пассивного досуга [1]. Соответственно, частично аксиосфера видеоигры определяется ее жанром: ценности шутера отличаются от ценностей экономической стратегии или ролевой игры. Однако нельзя сказать, что структура игры навязывает игроку определенные ценности: в равной степени и сами игроки выбирают те игры, в структуре которых находятся ценности, конституирующие игру.

Опираясь на социологические теории постструктурализма (Ж. Деррида, Ж. Бодрийяр, Р. Барт, Ж. Лакан и др.), можно провести семиотическое истолкование реальности. Семантическую структуру можно сравнить с синтаксисом языка видеоигр в том смысле, что она подразумевает отношение между игровыми элементами, так же как сочетание элементов, которое порождает смысл текста.

Определенные ценности не инкорпорированы в структуру сознательно, а конструируются разработчиками. Для видеоигры создается целый мир, и без ценностей, определяющих стратегии игроков, этот мир останется безжизненным набором фактов и образов. Джонатан Бельман рассмотрел 15 инструментов, благодаря которым ценности конструируются в игре: повествовательная предпосылка и цели; персонажи; доступные действия; выбор игрока; правила взаимодействия с другими игроками и неигровыми персонажами; правила взаимодействия с окружающей средой; точка зрения; аппаратные средства; интерфейс; игровой движок и программное обеспечение; контекст игры; награды; стратегии; игровые карты; эстетика [6, р. 33-34]. Соответственно, актуализация игровых ценностей зависит не только от структуры, но и от сознательно сконструированного контекста игры [7, р. 10].

М. Фланаган и Х. Ниссембаум в работе «Ценности в видеоиграх» утверждают, что сконструированные ценности должны устанавливать стандарты и вдохновлять игрока на их достижение. Разработчик, следуя определенным положениям, должен активно искать возможности для проблематизации собственной деятельности. Существует так называемый эвристический метод построения внутриигровых ценностей, позволяющий критически оценивать последствия их разработки. Этот метод состоит из трех этапов: выявления, реализации и проверки значений. Первый компонент посвящен описанию того, какие именно ценности несет в себе дизайн игры, а также соответствуют ли эти ценности первоначальным намерениям разработчика. Сегмент «реализация» направлен на решение конкретных проблем, таких как возникновение расхождений между противоположными ценностями, которые требуют обоснованного решения либо об устранении, либо о смягчении конфликта. Компонент «проверка» используется для выявления характера реализации ценностей в геймплее и мнений об этом игроков [6, р. 114].

Разработчики посредством видеоигр способны манипулировать ценностями игрока. Трансляция ценностей может быть оценена путем измерения изменений в поведении, знаниях или отношениях участников игрового процесса. В своей статье Себастьян Генво отмечает, что игры также могут использоваться для трансляции позиций по поводу серьезных социальных проблем и стимулирования общественных дебатов [8, р. 103], что может привлекать внимание аудитории и способствовать принятию четких позиций по поводу той или иной ценности.

Чтобы должным образом решить проблему влияния аксиосферы игры на геймера, следует обратиться к социально-психологическим подходам в изучении ценностей. В трудах В. Вундта, Р. Зайонца, Дж. Барга отмечается, что мозг человека производит интуитивные эмоциональные реакции почти на все стимулы, имеющие отношение к морали [2, р. 104-105]. Теория моральных эмоций, адаптированная к игровому опыту, может способствовать пониманию влияния ценностей на игроков, поскольку ценности обладают эмоциональной составляющей (в частности, когнитивные теоретики рассматривают эмоции как суждения о ценностях) [5]. Таким образом, анализ эмоций, которые пытается стимулировать видеоигра, ее персонажи, цели и события могут быть способом раскрытия передаваемых ценностей.

Эмпирическая база исследования. С помощью метода качественного контент-анализа исследованы одни из самых популярных видеоигр по версии Steam Community – платформы для многопользовательских игр (World of Warcraft, Dungeons & Dragons, Spec Ops: The Line, Doom, Grand Theft Auto V и т.д.).

Целью анализа является выявление превалирующих ценностей, способы реализации ценностей и характера манипулирования ими в анализируемых компьютерных играх.

World of Warcraft. Поведение игроков MMORPG World of Warcraft, возникающее в процессе игры, можно описать с помощью такой ценности, как *щедрость*. Игроки могут делиться игровыми артефактами и экипировкой друг с другом. При этом высокоуровневые игроки, для которых определенные предметы уже не нужны, как правило, передают предметы игрокам меньшего уровня. В самой игре такие действия не вознаграждаются, поэтому их можно интерпретировать в качестве безвозмездной помощи. Однако, как отмечают исследователи «как и в реальном мире, существуют социальные награды за щедрость, например, помогая “новичку”, опытный игрок может заработать лояльность нового игрока в игровом мире» [8]. Таким образом, поддержка становится неотъемлемой частью MMORPG.

Соответственно, в рамках данной игры (точнее, в рамках непосредственного социального взаимодействия игроков) спонтанно возникает такая ценность, как *сотрудничество*. В World of Warcraft существует режим «PvP» (игрок против игрока), в котором игроки объединяются в группы, сражаясь с противниками. Каждый из игроков выполняет свою роль для достижения победы. Если игроки не используют свои способности в полной мере, не помогают своим союзникам, то их ждет поражение. Таким образом, ценность щедрости помогает реализации ценности сотрудничества.

Однако не во всех MMORPG предусмотрена безвозмездная щедрость. В видеоигре Asheron's Call, например, наставничество вознаграждается материально, выражаясь в процентах от очков опыта подопечного.

Grand Theft Auto V. Существуют и такие игровые сегменты, в которых ценности полностью нивелируются. В компьютерной игре Grand Theft Auto V намеренно репрезентируются значения, *противоположные идеалам справедливости, равенства, безопасности, свободы*. Перечисленные ценности нарушаются благодаря различным элементам повествования и геймплея. Основным компонентом сюжета видеоигры является выполнение миссий, которые зачастую предполагают совершение убийств, грабежей, насильственных действий. Главный герой – профессиональный грабитель, а предлагаемые задания зачастую ставят игрока в условия совершения действий, противоречащих нормам морали.

Spec Ops: The Line. Компьютерная игра Spec Ops: The Line стремится вызвать эмоции отвращения к войне, тем самым косвенно поддерживая ценность *ненасилия*, в то время как большая часть шутеров скорее, поддерживает ценности, ассоциируемые с насилием (Doom, Blood и т.д.). В то же время, нельзя сказать, что эти игры обязательно провоцируют насилие: они, напротив, могут пониматься как варианты сублимации агрессивных импульсов, их перевода в социально приемлемое русло.

Dungeons & Dragons. Довольно популярная серия настольных ролевых игр в жанре фэнтези Dungeons & Dragons, адаптированных для компьютеров и игровых приставок, является примером того, как ценность *терпимости* может быть нарушена игровой механикой. В Dungeons & Dragons игрок взаимодействует с разными неигровыми персонажами (NPC). В игре имеются возможности общения, обмена товарами, покупки и продажи и т.д. NPC представляют различные игровые расы, которые, согласно концепции игры, находятся в антагонистических отношениях. Соответственно, если неигровой персонаж представляет расу, враждебную игроку, возможность взаимодействия с ним сужается. Ни переговоры, ни бартер здесь невозможны: игровой курсор при наведении на такого NPC превращается только в меч. Это не обозначает, что игрок должен применить насилие по отношению к NPC. Неприятие вызывает лишь тот факт, что единственно возможной формой социального взаимодействия игроков с целой игровой расой является насилие. Возможность действовать более толерантно в рамках игры, позволило бы сделать игровой опыт намного богаче.

Таким образом, по итогам проведенного социологического исследования были сделаны следующие выводы.

1. Ценности, проявляющиеся в видеоиграх, реализуются в конкретных действиях игроков в игровом мире, а также могут влиять на его поведение в реальном мире.
2. Воздействие ценностей можно оценить путем измерения изменений в поведении и отношениях участников игрового процесса.
3. Часть игровых ценностей инкорпорировано в игры на уровне структуры, часть – сознательно задана разработчиками для привлечения игроков, при этом многими ценностями можно манипулировать, косвенно формируя ценностные приоритеты человека по отношению к игровому и к реальному миру. Это значит, что человек должен четко осознавать характер воздействия игровых ценностей на свое сознание, осознавать их источник и уметь критически их оценивать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ковадин М. А., Фофанова К. В. Развитие киберспорта в России: региональные различия // Гуманитарные и политико-правовые исследования. – 2019. – № 1 (4). – С. 73–81.
2. Козлова М. А., Симонова О. А. Моральные эмоции в ряду механизмов социального сплочения // Вестник ПСТГУ. – 2016. – № 3, вып. 4. – С. 103–119.
3. Сычев А. А. От игры к доверию: роль игровых практик в формировании социального капитала // Этическая мысль. – 2018. – Т. 18. № 2. – С. 138–144.

4. Сычев А. А. Формирование доверия в пространстве игры // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2018. – Т. 18. № 10. – С. 87–90.
5. Bogost I. Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames. – Cambridge, Mass., USA: MIT Press, 2007. – 464 p.
6. Flanagan M., Nissenbaum H. Values at Play in Digital Game. – Cambridge, Mass., USA: MIT Press, 2014. – 207 p.
7. Flanagan M., Nissenbaum H., Belman J., Diamond J. A Method for Discovering Values in Digital Games // 3rd Digital Games Research Association International Conference: «Situating Play». – Tokyo: DiGRA, 2007. – Pp. 752–760.
8. Genvo S. Defining and Designing Expressive Games: The Case of Keys of a Gamespace // Kinephanos. – April 2016. – Special Issue. – Pp. 90–106.