

Игровая зависимость как феномен развития медиа

Обычно под термином «игровая зависимость» понимают психологические проблемы людей, которые теряют связь с объективной реальностью из-за чрезмерного увлечения реальностью виртуальной в компьютерных играх. Предлагаю посмотреть на игровую зависимость шире, чем исследование проблем отдельных пользователей. Помимо непосредственно аудитории игр, существует множество СМИ и блогов, обслуживающих информационные потребности игроков, и их аудитории превосходят аудитории общеполитических, спортивных или иных СМИ. Но при этом они не рассматриваются как серьезные инструменты воздействия и управления обществом.

Рассмотрим подробнее феномен влияния игровой зависимости на примере самой популярной онлайн-игры в СНГ.

World of Tanks – самая популярная клиентская массовая многопользовательская онлайн-игра в режиме Free to play. Анонс игры состоялся в 2009 году. Создатель игры – компания Wargaming с штаб-квартирой на Кипре и основным офисом разработки в Минске. До запуска *World of Tanks* компания выпустила около 10 игр, однако в связи с бурным развитием интернета пришлось пересмотреть логику взаимодействия и запустить игровые проекты, в которых пользователи могли бы соревноваться с другими пользователями в реальном времени через интернет. До этого термин «компьютерная игра» подразумевал соревнование игрока с «искусственным интеллектом» – алгоритмами, которые разработчики использовали для имитации оппонента игроков. Сама концепция PvP (Player vs Player, «Игрок против игрока») не является уникальной для *World of Tanks*, но Wargaming первыми предложили концепцию военной игры на базе реально существовавших объектов (в данном случае – танков). Лидерами игр в концепции PvP на время запуска *World of Tanks* являлись игры типа *World of Warcraft*, где игра осуществлялась в придуманном мире с придуманными существами.

В 2010 году в бетаверсию игры *World of Tanks* играло около 10 тысяч человек. В 2015 году в игре было зарегистрировано 110 миллионов аккаунтов. Из них около 50% – жители СНГ, 50% – зарубежье [1]. По оценкам экспертов, в 2014 году игра принесла владельцам около 500 миллионов долларов [2] (около 5 долларов на игрока). Для примера, затраты Республики Беларусь на образование в 2015 году составят, в пересчете на официальный курс доллара, около 453 миллиона долларов [3].

Большое количество пользователей, интересующихся компьютерными играми, требует удовлетворения не только своих потребностей в развлечениях (т.е. непосредственно использование игры), но и удовлетворения информационных потребностей и социализации, связанных с игрой. И есть большая аудитория пользователей, которая является потребителем информации об игре/играх, но при этом сама в игры играет не активно. Помимо СМИ и сайтов, посвященных различным компьютерным играм, в которых игра *World of Tanks* присутствует наравне с другими играми, существуют сайты, которые посвящены только *World of Tanks*. Суммарная посещаемость 10 самых популярных игровых сайтов СМИ в российском сегменте интернета около 10 миллионов человек в месяц [4], самый популярный – playground.ru имеет посещаемость около 4 миллионов человек в месяц. Российские игровые СМИ являются наиболее популярными среди пользователей СНГ. Посещаемостью подобных сайтов в белорусском сегменте интернет можно пренебречь.

Отдельные каналы распространения информации (соцсети и видеоблоги) не поддаются оценке посещаемости, т.к. используют иную открытую метрику анализа эффективности – количество подписчиков. Официальный канал *World of Tanks* в социальной сети Вконтакте [5] имеет 2 миллиона подписчиков. Суммарно в Вконтакте, по приблизительной оценке, количество подписчиков групп, связанных с *World of Tanks* – около 20 миллионов человек. На самом популярном в мире видеохостинге, Youtube, ситуация похожая, официальный канал *World of Tanks* [6] имеет около 2 миллионов подписчиков, второй по количеству подписчиков канал об игре *World of Tanks* [7] (но уже авторский, автор с псевдонимом Jove) – еще 2 миллиона. Суммарно подписчиков самых популярных каналов по приблизительной оценке аналогично около 20 миллионов человек. В оценке речь только про русскоязычную аудиторию, т.к. игра интересна преимущественно русскоязычным пользователям. Для сравнения, месячная посещаемость самого популярного общеинформационного сайта бизнес- и политической тематики в Рунете – RBC.ru [8] (включая все проекты) – 19 миллионов человек.

В настоящее время не существует инструментов и возможностей проанализировать качество, пересечение и активность аудиторий онлайн-игр, сайтов, соцсетей и видеохостингов, поэтому дать однозначное заключение, что *World of Tanks*, равно как и любая другая популярная компьютерная игра, является значимым политическо-экономическим активом, от которого зависит здоровье и благополучие нации, нельзя. Однако такие массовые, многомиллионные аудитории необходимо анализировать, и оценивать воздействие игры на пользователей. Отдельной оценке следует подвергнуть, безусловно, время и средства, которые тратят игроки на компьютерные игры. Из 110 миллионов игроков платят за дополнительные возможности в игре 25% [1]. По данным,

которые в интервью сообщают сотрудники Wargaming, в среднем человек играет 20–25 боев. Каждый бой – это 15 минут. Т.е. 5 часов в среднем тратит один пользователь только на игру, не считая взаимодействия со СМИ и блогами околоигровой тематики.

Отдельно следует отметить взрывной рост интереса к такому понятию как «киберспорт». Призовой фонд турниров за год вырос на 30%, до 271 миллиона долларов. И количество зрителей различных киберспортивных турниров оценивается в 147 миллионов человек [9].

Компьютерные игры стали занимать значительное место не только в социальной жизни, но и в медиaprостранстве. И необходимо считаться с новой реальностью. Люди сознательно уходят в игровые миры от существующих культурных и бытовых проблем.

Воздействие игр на социум должно быть подвергнуто исследованиям не только со стороны психологов, но и специалистами в области медиа и коммуникаций.

Литература

1. Бизнес типа нашего надо вести спокойно // Ведомости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/technology/characters/2015/07/01/598762-biznes-tipa-nashego-nado-vesti-spokoino>. – Дата доступа: 05.09.2015.
2. World of Tanks заработала свыше \$500 млн в 2014 году // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://top.rbc.ru/technology_and_media/03/03/2015/54f59b2d9a79471774a81450. – Дата доступа: 05.09.2015
3. О республиканском бюджете на 2015 год // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon_301214_225z.pdf. – Дата доступа: 05.09.2015.
4. LiveInternet: Site rating # Games // Liveinternet.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.liveinternet.ru/rating/#period=month;geo=ru;group=games;>. – Дата доступа: 05.09.2015.
5. Официальное комьюнити World of Tanks // Вконтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/worldoftanks>. – Дата доступа: 05.09.2015.
6. Официальный видеоканал World of Tanks // Youtube[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/WorldOfTanks>. – Дата доступа: 05.09.2015.
7. Jove VirtusPro // Youtube [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/user/TheJoves>. – Дата доступа: 07.09.2015.
8. LiveInternet: Site rating // Liveinternet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.liveinternet.ru/rating/#period=month;geo=ru;>. – Дата доступа: 08.09.2015.
9. Инфографика киберспорт // Ведомости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/technology/characters/2015/07/01/598762-biznes-tipa-nashego-nado-vesti-spokoino#/galleries/140737492324183/fullscreen/1>. – Дата доступа: 08.09.2015.