

Видеоигры: новое средство массовой информации

Компьютерные игры получают все большее распространение и, как следствие, усиливаются дебаты по поводу их социального влияния. Являются ли игры новым средством массовой информации, ценным образовательным инструментом, или же это форма бесполезного времяпрепровождения, угроза здоровью и нравственности детей? Видеоигры – это и то, и другое, и третье.

Игры прошли путь от занятия немногих до массового развлечения. Они все больше походят на фильмы по реалистичности образов, сложности сюжетных линий и даже использованию образов известных актеров. Следующее поколение игровых консолей, которое планируют выпустить такие известные фирмы, как *Microsoft*, *Sony* и *Nintendo*, только усилят дебаты по поводу игр и их влияния на общество. Индустрия видеоигр пытается завоевать новых потребителей, а голоса ее оппонентов становятся все слышнее. Игровые консоли являются самыми сильными в мире компьютерами массового производства, новыми машинами, которые предложат потребителям беспрецедентный уровень зрелищности. Так, игровые персонажи приобретут правдоподобную мимику, практически как в фильмах, что откроет путь играм с эмоциональной нагрузкой. Однако, к ужасу критиков, сцены насилия станут еще более правдоподобными.

Этим летом американская общественность широко обсуждала популярную игру *Grand Theft Auto: San Andreas*, поскольку в содержание игры включены скрытые сексуальные сцены. Они не присутствуют в игре явным образом, но могут быть активированы при использовании «заплатки», загруженной из Интернета. Сенатор Хиллари Клинтон и целый ряд других американских политиков потребовали от прокуратуры проанализировать эту игру и выяснить, хорошо ли работает система саморегулирования индустрии, а именно ограничения по возрасту при продаже игр. Миссис Клинтон обвинила видеоигры в «лишении невинности наших детей», а также в том, что они «усложняют и без того трудную работу родителей по воспитанию детей».

В результате шумихи, поднятой вокруг этой игры, изменились ограничения по возрасту. В частности, маркировка «М» (for mature), что означает «после 17 лет», поменялась на «АО» (adults only) – «только для взрослых». Однако большинство розничных торговцев отказались снабжать диски пометкой «АО». После этого компания *Rockstar Games*, выпускающая игру, стала производить новую ее версию с маркировкой «М» без скрытых сексуальных сцен. Вся эта история – лишь очередной раунд долговременного сражения критиков, политиков и производителей игр. Не так давно политики и лоббирующие интересы производителей группы сражались по поводу игры

Narc, демонстрирующей употребление наркотиков, а также игры *25 to Life* – очередного произведения на тему «полиция и грабители».

Тем временем индустрия видеоигр готовится начать самую крупную маркетинговую войну, чтобы сопроводить появление своих новых консолей. Среди всех споров относительно деталей маркировки, скрытого содержания и лишения детей невинности, были упущены из виду три важных фактора. Во-первых, отношение общественности к играм несет на себе отпечаток «конфликта поколений». Во-вторых, не существует убедительных доказательств того, что игры повышают агрессивность. И, наконец, в-третьих, игры имеют огромный потенциал для образования.

Начнем с демографии. Отношение к играм в огромной степени зависит от возраста. В Америке, например, половина населения играет в компьютерные или видеоигры. Однако большинство игроков (76%) – моложе 40 лет (по данным исследовательской фирмы *Nielsen*). В то же время большинство критиков игр – старше 40 лет. Поколение, которое стало играть, будучи детьми, продолжило это занятие, став взрослыми. Средний возраст американских игроков – 30 лет. Большинство из них являются, так сказать, «цифровыми аборигенами», т. е. они выросли в окружении цифровой техники. Людей старших возрастных групп можно охарактеризовать (в данной терминологии) как «цифровых иммигрантов», которые, подобно пришельцам, вынуждены адаптироваться к неизвестной им цифровой среде. Цифровые иммигранты вынуждены научиться использовать такие технологии, как Интернет и мобильные телефоны, однако мало кто из них принимает видеоигры. Слово «игра» само по себе приводит их в смущение, поскольку ассоциируется с детской игрушкой. Поскольку «иммигранты» никогда не играли в видеоигры, они не понимают, что это – весьма сложные игры, для завершения которых требуется 30, 40, иногда 100 часов. В игры, фактически, играют «молодые взрослые». Только треть игроков – моложе 18 лет.

По мнению Герхарда Флорина, возглавляющего европейское отделение самой крупной в мире фирмы по производству игр – *Electronic Arts*, видеоигры – это некий водораздел поколений. Люди старших возрастов просто не знают, о чем они говорят, поскольку никогда не играли в игры. Однако это не мешает им обвинять миллионы игроков в том, что последние являются «зомби» или «насильниками».

«Цифровые аборигены», которые играют в видеоигры с детства, рассматривают игры как форму развлечения, наряду с просмотром фильмов и прослушиванием музыки. Игроки постарше, имеющие собственных детей, наслаждаются играми вместе с ними.

Оппозиция видеоиграм возникает, в основном, из ненависти, которую во все времена питают пожилые к развлечениям молодых. Может ли «конфликт поколений»

быть разрешен? Иногда позиции могут меняться быстро, как это случилось с Интернетом. Осуждаемый в свое время как «сточный колодец порока», Интернет признается в настоящее время как ценное средство массовой информации. Общеизвестно, что доступ туда детей должен быть ограничен или же происходить под наблюдением взрослых (как, впрочем, и к другим средствам массовой информации – фильмам, телевидению и тем же видеоиграм). Выгоды мобильной связи тоже в настоящее время общепризнанны. Позиции критиков изменились, поскольку они вынуждены были использовать Интернет в своей работе. Люди поняли, что, как и любое другое средство информации, Интернет может использоваться для благих целей так же, как и для плохих. В случае с видеоиграми критики не имели веских побуждений к их использованию.

Возражения по поводу новых средств массовой информации снимаются сами собой с течением времени, по мере естественной смены поколений. Сегодняшние игроки становятся старше. Вскоре седеющие игроки начнут брюзжать по поводу новых изобретений, разрушающих моральный облик молодого поколения.

Индустрия видеоигр пытается каким-то образом преодолеть «водораздел поколений». Она производит самые разные игры, пытаясь привлечь обычно не играющих людей, а также поощряет случайных игроков (тех, кто изредка играет в игры на мобильных телефонах или загруженные из Интернета) к тому, чтобы они играли больше. Кроме того, индустрия игр стала угождать женщинам, которые, по-видимому, предпочитают игры, моделирующие общественные отношения (к примеру, *The Sims*), а также пожилым людям. Если пожилые вообще играют в игры, то, как правило, они предпочитают компьютеризированные версии карточных и настольных игр. Другой многообещающий путь расширения рынка – портативные игры, игры в мобильных телефонах и онлайн-версии простых игр. Короче, индустрия игр делает все, чтобы расширить привлекательность игр, что, конечно, в ее собственных интересах.

Между тем годы идут, демографический «водораздел» сохраняется, чем и объясняется поляризация мнений по поводу игр. Когда игры станут общепринятой формой развлечений? Они уже являются таковыми для людей младше 40 лет, но, видимо, никогда уже не станут так же необходимы людям старшего возраста, как фильмы и книги.

Общеизвестна точка зрения критиков, что игры делают людей более агрессивными. Не проходит и недели, чтобы какую-нибудь игру не сочли вдохновительницей очередного насильственного преступления. Одно дело, считают противники игр, пассивно смотреть фильмы со сценами насилия, совсем другое – самому совершать насильственные действия, пусть и в виртуальном мире.

Если общественность беспокоится по поводу чрезмерного времяпрепровождения детей перед экранами, то следует, скорее, обратить внимание на время, проводимое перед телевизорами. Американские подростки-мальчики посвящают видеоиграм примерно 13 часов в неделю, девочки – только 5. В то же время телевизор и те, и другие смотрят примерно 25 часов в неделю. Исследования того меньшинства, которое серьезно «перебарщивает» с видеоиграми, свидетельствуют о том, что такие подростки демонстрируют проблемное поведение и в других сферах общественной жизни. Иными словами, проблема с ними самими, а не с играми.

Большинство исследований на тему «игры и насилие» являются неудовлетворительными, – считает Дмитрий Уильямс, специализирующийся в университете Иллинойса на изучении социального воздействия средств массовой информации. В июньском номере журнала *Communication Monographs* он опубликовал статью, в которой утверждает, что такие исследования обычно концентрировались на кратковременных последствиях игр. И совсем нет исследований, которые бы прослеживали долговременное влияние игр на игроков. Уильямс как раз описывает первое такое исследование, которое он выполнял совместно с Марко Скорик из университета Мичигана. Оказалось, что игроки, проводившие за видеоиграми, в среднем, по 2 часа в день в течение месяца, не более агрессивны, чем контрольная группа, состоящая из людей, никогда не игравших в видеоигры.

Однако эти исследователи заметили, что бессмысленно делать выводы относительно «игр вообще», когда существуют тысячи игр, сделанных в самых разных жанрах. Это все равно, что представлять себе все телевизионные программы, а также радиопередачи и художественные фильмы как одно целое. Нужны более детальные исследования, касающиеся долговременного влияния на игроков специфических типов игр.

Игры в настоящее время являются настолько распространенной формой развлечений, что повышенная агрессивность должна была бы бросаться в глаза. Напротив, насильственные преступления в Америке за 1990-е годы сократились наполовину. В это же время началось массовое использование компьютерных и видеоигр. Возможно, между этими фактами нет связи, и количество преступлений снизилось бы даже больше, если бы Америка не стала увлекаться играми. Некоторые наблюдатели полагают, что такая связь есть, – игры действуют наподобие клапана, выпускающего пар. В любом случае, в результате появления игр Америка не стала более криминальной, чем она до этого была.

Более того, множество игр являются сложными с нравственной точки зрения, требуют острого ума, а вовсе не поощряют рост количества дегенератов (как полагают

критики). Многие игры требуют от игроков сразу занять определенную позицию – быть добрым или злым. Этот выбор обусловит весь ход игры. Например, в игре *Black & White* игрок готовит к определенной карьере своего подопечного, чье поведение и внешний вид отражают моральный выбор игрока. Если сделать неправильный выбор, то результат будет ужасен. Несколько игр сделаны на основе фильмов «Звездные войны», где от игрока требуется выбрать между темной и светлой сторонами Силы (эквиваленты Добра и Зла). В весьма популярной игре *Halo 2* игрок принимает на себя роль иностранца. Сначала иностранцы рассматриваются как безликие враги, но в процессе игры к ним возникает сочувствие. Такие игры дают хорошую возможность взрослым обсудить с детьми моральные вопросы. В общем, игры гораздо сложнее, чем это себе представляют критики.

Игры широко используются в качестве средств образования в школах и в бизнесе. Каждая игра имеет свой собственный интерфейс управления. Любой игрок может, в целом, представить себе, как оперировать высокотехнологичными механизмами. От игрока требуется придумывать гипотезы, решать задачи и головоломки, совершенствовать стратегию, изучать правила игрового мира путем проб и ошибок, получать помощь от других игроков через Интернет. Он должен оценивать риски и быстро принимать решения. Механизм решения проблем, лежащий в основании большинства игр, похож на айсберг, находящийся на 90% ниже уровня воды: он невидим тем, кто не играет. Игры являются, таким образом, идеальной формой подготовки к тому, чтобы занять рабочее место XXI века.

Никто, конечно, не использует игру *Grand Theft Auto* в школах вместо учителей. В образовании используются другие имеющиеся в продаже игры, например, *Sim City* или *Rollercoaster Tycoon*, которые содержат модели экономики. Играя, можно понять, как работают такие модели, и проследить их слабые места. К примеру, в игре *Sim City* игрок принимает на себя роль городского мэра, который должен решить, сколько же нужно потратить средств на медицинскую помощь населению. Британский учитель начальной школы Тим Райлэндс получил недавно награду от правительственного агентства по образованию *Vesta* за использование в классе компьютерных игр. Его одиннадцатилетние ученики описывали происходящее с ними в фантастическом мире *Myst* и в результате достигли поразительных успехов в английском языке.

Еще одна сфера, где игры применяются все больше и больше, – это корпоративный тренинг. Опытные игроки хорошо умеют принимать решения и оценивать риски, проявляют гибкость перед лицом изменений и склонны трактовать неудачи как шанс попробовать все сначала. Руководители фирм, которые используют эти качества работника, полагают, что могут получить преимущества в конкурентной борьбе.

Пилоты годами тренируются, используя игры-имитаторы полетов. Игры-имитаторы также используются в настоящее время солдатами и хирургами, учениками. К примеру, лекарственная компания *Pfizer* использовала для обучения новых работников игру-имитатор процесса создания лекарств. Компания *PricewaterhouseCooper* применила в своей работе сложную игру-имитатор с целью обучения начинающих аудиторов финансовым тонкостям. Некоторые юристы используют игры-имитаторы для репетиции выступлений в суде.

Итак, игры – они хорошие или плохие? На самом деле, они – никакие, как книги, фильмы, Интернет, прочие средства массовой информации. Все они могут быть использованы для изображения секса или насилия, для образования и просто получения информации. Включение в игры агрессивного и сексуального содержания является сомнительным признаком их «зрелости», т. е. свидетельством того, что игры стали все больше походить на фильмы. Аналогия с фильмами дает возможность проследить будущее игр. Игры уже пришли к разнообразию жанров, специфицированы для различных возрастных групп, как и фильмы.

Однако к фильмам и играм применяется двойной стандарт: критики возражают относительно насилия в видеоиграх, хотя в фильмах оно встречается сплошь и рядом. Критики беспокоятся об оценочной системе в игровой индустрии, хотя она заимствована из киноиндустрии. Противники игр приводят в пример большие магазины (типа *Wal-Mart*), которые совсем не продают игры с маркировкой «АО», но даже не задумываются над тем, что здесь же продаются фильмы, не имеющие ограничений по возрасту, но содержащие более откровенные сцены.

Недавно сенатор Чарльз Шумер провел пресс-конференцию с целью привлечь внимание к игре *25 to Life*. Эта игра помечена маркировкой «М», а игроки должны принять на себя роль полицейского или гангстера. Сенатор заявил, что «маленький Джонни должен научиться читать, а не убивать полицейских». Все это так, но маленькому Джонни следует также не курить, не употреблять алкоголь и не смотреть фильмы Квентина Тарантино. Относительно видеоигр действует то же правило: надо знать, «что такое хорошо и что такое плохо» и держаться подальше от плохого.

Еще одну параллель можно провести между играми и музыкой. Вальсы осуждались в XIX веке. Все эти вращения и кружения, как тогда считали, являются «возбуждающими» и «развращенными», в некоторых общественных местах вальсы были запрещены. Сегодня трудно себе представить, что из-за пустяков общество так волновалось. Когда появился рок-н-ролл (1950-е гг. прошлого века), многие считали, что он является подстрекательством к насилию, неразборчивости в связях и сатанизму. Некоторые

пластинки были запрещены. Политики требовали принятия законов, запрещающих пересылку пластинок с записями рок-н-ролла по почте. А сейчас даже старушки покупают Золотые диски. Когда-то и романы воспринимались как нечто недостойное изучения в университетах. Теперь на очереди осуждение музыки в стиле рэп и видеоигр.

Итак, игры принимаются молодыми и отвергаются пожилыми. В свое время молодые станут пожилыми, дебаты по поводу видеоигр прекратятся. Люди будут спорить по поводу голограмм или о чем-нибудь в этом роде. Такова логика Истории.

По материалам журнала *The Economist* (Великобритания). – 06.08.2005.