

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ РОЛЕВЫХ ОНЛАЙН-ИГР

А.В. Северцева

Россия, Москва, РУДН

Аббревиатурой MMORPG обозначают особый жанр компьютерных online игр, чьи виртуальные миры объединяют десятки, а иногда сотни тысяч людей со всего мира. В рамках виртуальной вселенной игроки взаимодействуют с другими игровыми и не игровыми персонажами: общаются, сражаются, исследуют игровой мир посредством своего виртуального воплощения в вымышленного героя.

Многопользовательская ролевая онлайн-игра (MMORPG) – на нынешний день этот вид развлечений стал достаточно известным у широкой массы пользователей сети Интернет. При этом человек не обязательно делается геймером, интерес и к тому же прекрасное времяпровождение разрешат приобрести прекрасный отдых от мирской суеты. Главное отличие многопользовательских игр от однопользовательских заключается в игровом мире. В онлайн MMORPG играх игрок существует по законам виртуальной вселенной, которая живет и развивается вне зависимости от его действий, тогда как в однопользовательских, ни что не происходит без действий игрока.

Самые лучшие и популярные MMORPG игры, такие как World of Warcraft, Guild Wars 2, заставляют покупать игровой клиент и оплачивать доступ к игровым серверам, требуя

абонентскую плату. Менее успешные проекты, Аллоды онлайн, Perfect World, Rappelz например, позволяют играть бесплатно, зарабатывая на продажах игровых предметов и услуг. Полностью бесплатных MMORPG не бывает, оно и понятно ведь разработка и поддержка требуют не малых денежных средств на содержание. В онлайн играх с фиксированной абонентской платой, все игроки находятся в равных условиях, а в условно-бесплатных рулит тот, кто больше денег вливает.

В виртуальном мире пользователи осуществляют разнообразные действия, а также взаимодействуют друг с другом. Однако имеются и персонажи, которые управляются компьютером – они бывают как союзнические, так и враждебные. Основным образом, конечно же, наиболее значительная задача многопользовательских ролевых онлайн-игр – это ведение боев и выполнение разнообразных заданий. За очередную победу или осуществленное задание человек принимает опыт и очки, которые содействуют росту уровня персонажа, а кроме того и повышению силы, ловкости, интеллекта, знаний и т.д. Для геймеров многопользовательская ролевая онлайн-игра становится вторым миром, ведь там нет никакого кризиса, там властвует восхитительный и великолепный мир, полный особенных персонажей и восхитительных приключений.

В большинстве MMORPG для доступа к частям игры нужно играть в команде. В таких случаях всякий игрок должен осуществлять отведенную ему роль, например, защищать иных игроков от урона (так называемое «танкование»), «исцелять» порученный урон членами команды или наносить урон врагам.

Как правило, в MMORPG наличествуют Модераторы Игры (англ. Game Moderators) или Мастера Игры (англ. Gamemaster), нередко называемые игроками «ГМы» (гэ-эмы, англ. GMs). Они могут быть как штатными работниками так и добровольными волонтерами, задачей которых является надзор за игровым миром. Некоторые «ГМы» при этом могут иметь доступ к информации, которые не предназначены и недоступны для иных игроков и ролей.

Базируясь на теории Аристотеля об идеальных отношениях, взаимоотношения внутри MMORPG не должны существенно различаться истинных. Согласно данной теории двумя главными

элементами дружбы являются хорошее знакомство и взаимная забота, и MMORPG разрешают формироваться отношениям посредством совместных действий.

Несмотря на то, что игровые вселенные виртуальны, отношения между людьми в них полностью истинные, поэтому MMORPG являются хорошим инструментом для психологических и социологических исследований. Клинический психолог Шерри Теркл (Sherry Turkle) провела опросы пользователей компьютеров, вводя любителей компьютерных игр. Она раскрыла, что многие из этих людей владеют более широкой эмоциональной сферой, поскольку обследовали множество разнообразных ролей (вводя половую идентичность), которые предлагаются во многих MMORPG.

Ник Йи (Nick Yee) за несколько лет опрашивал более 35 тысяч игроков MMORPG, сосредоточиваясь на психологических и социологических аспектах игр. Последние данные показывают, что примерно 15 % игроков время от времени могут делаться лидерами гильдий, но большинство оценивает эту роль как трудную и неблагодарную. Эти игроки, будучи в роли лидера, проводили существенную часть своего времени, отведенного на игру, осуществляя задачи, не касающиеся напрямую к игре, но являющиеся частью метагейминга (англ.).

Многие игроки заметили, что во время игры в MMORPG переживают весьма сильные эмоции, так среди игроков по статистике примерно 8,7 % мужчин и 23,2 % женщин исполняли игровое бракосочетание. Иные исследователи раскрыли, что удовольствие от игры зависит от ее социальной проработанности: от необыкновенных стычек между игроками до высокого организованной игры в структурированных группах.

В своей работе Захир Хуссейн (Zaheer Hussain) и Марк Гриффитс (Mark Griffiths) замечают, что приблизительно одна пятая игроков (21 %) ответили, что выбирают онлайн-социальные отношения реальным. Существенно большее число игроков-мужчин чем женщин ответило, что полагают общение в сети более простым, чем в реальности. Более 57 % игроков играют персонажами противоположного пола, замечая, что персонаж женского пола имеет ряд положительных социальных черт.

Ричард Бартл (Richard Bartle), автор знаменитой работы *Designing Virtual Worlds* (рус. разработка виртуальных миров), распределяет игроков многопользовательских RPG на четыре главных психологических типа. Его классификация была расширена Эрвином Адресеном (Erwin Andreasen), который сформировал эту концепцию в тридцать вопросов теста Бартла (англ.), употребляемый для помощи в установлении категории, к которой относится игрок. По состоянию на 2011 год опрошено более 600 тысяч человек, что, вероятно, делает этот тест одним из крупнейших из продолжающихся в данное время. Основываясь на исследованиях Йи и Бартла, Джон Радофф (Jon Radoff) издал новую модель мотивации игроков, построенную вокруг увлечения, конкуренции и достижения. Эти особенности встречаются не только в MMORPG, но и во многих иных играх, развивая т. н. «поле игрофикации».

Популярность многопользовательских онлайн-игр не прекращает расти. Gigaom издал список десяти самых известных MMORPG современности, который был составлен на основе официально доступных данных о числе активных подписчиков. Список составлен в виде: название игры (год выпуска) - число активных игроков. В качестве примера перечислим некоторые: 1. World of Warcraft (2004) - 8,5 млн.; 2. Habbo Hotel (2000) - 7,5 млн.; 3. RuneScape (2001) - 5 млн.; 4. Club Penguin (2006) - 4 млн.

При этом, в списке не учтены Корея, Китай, Япония и другие азиатские страны. Если их учитывать, то целый список будет из Корейских игр. К примеру - в MU Online играют с выше 40 млн. игроков.

Таким образом, масштабы вовлеченности людей в MMORPG огромные, при этом это не всегда безопасно, и зачастую приводит к неблагоприятным результатам, особенно если дело касается детей.