

любом случае, социальное неравенство велико. И не потому что бедные становятся ещё беднее, а богатые – богаче. Доходы растут у тех, и у других. Но у бедных доходы растут медленнее, чем у богатых. И получается, что социальная пропасть между этими группами населения увеличивается» (Государственная радиокomпания «Голос России»: <http://www.ruvr.ru>). Ученые Института социологических исследований РАН совместно с Горбачев-Фондом, надо сказать, весьма сдержанно отмечают: «Семь десятилетий сильного социального государства – СССР, обеспечивавшего широкий объем социальных гарантий, выравнивающих социальные неравенства, сменились рыхлой в социальном отношении системой государственного управления, которая постаралась освободиться от решения социальных задач в прежних объемах и границах. «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих» – под таким по существу девизом складывалась в 90-е годы социальная политика в новой России. Как результат – всего за 10–15 лет возникла огромная дифференциация в социальном положении различных групп российского населения, а со-

циальные неравенства приобрели как никогда ранее резкие формы. И хотя в последние годы социальная политика российского государства стала приобретать более осмысленный, адресный и долгосрочный характер, использовать значительно большие материальные ресурсы, а национальные проекты стали охватывать не только оборонно-технические отрасли, но и важнейшие области социальной сферы (образование, здравоохранение, жилье), все же преодолеть глубину явно не оправданных социальных неравенств, возникших за годы реформ, пока не удастся» (Социальное неравенство в социологическом измерении. Аналитический доклад// http://www.isras.ru/analytical_report_Social_inequality_0.html). В этих условиях было бы наивным ожидать «беспристрастности» и «объективности» в отношении социально-политического учения, которое не только ставит социально-классовый анализ в основу своего представления об обществе, но и осознанно выбирает позицию защиты интересов угнетенных и обездоленных. Тем более – в отношении теоретической формы его мировоззрения, то есть марксистской философии.

О.Ф. Русакова, А.С. Преображенская

ДИСКУРС КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ THE SIMS

Русакова
Ольга Фредовна

доктор политических наук, профессор, заведующая отделом философии Института философии и права УрО РАН, президент МАДИ

Преображенская
Анна Сергеевна

студентка факультета «Связи с общественностью и рекламой» УрГУ

Компьютерная игра – один из самых эффективных способов глубокого погружения человека в виртуальную реальность, который

производит эффект эмоциональной зависимости. Игровое начало в культурных практиках само по себе пробуждает азарт и увлеченность

симулятивной состязательностью и достижительностью. Игра приносит удовлетворение и удовольствие от имитации соревновательного поведения и демонстрации собственных возможностей.

Довольно часто именно в игре, моделирующей успешное поведение, превосходство над противником, рождается иллюзия полной власти над виртуальным пространством, иллюзия своего величия. Стать властелином виртуального мира – вот главный соблазн, транслируемый дискурсом компьютерных игр.

Компьютерные игры – это особый вид развлечения, обладающий своеобразным дискурсом. Это и компьютерный сленг, и особенности графики, и всевозможные способы эмоционального вовлечения в игровой процесс, и жанровая специфика. Причем, каждая отдельная игра обладает собственной стратегией. Есть игры, которые рассчитаны на узкий круг людей. Человек, увлекающийся такой игрушкой, относит себя к разряду VIP-персоны, что увеличивает его статусный капитал. Существуют игры, рассчитанные на массовую аудиторию и на пропаганду определенных ценностей (например, здорового образа жизни). С помощью скрытой и явной рекламы в играх их разработчики выполняют маркетинговые задачи по раскручиванию торговых марок и брендов.

Сегодня компьютерные игры стали важной частью индустрии развлечений и маркетинговых коммуникаций. В настоящее время производится более 100 000 компьютерных игр, которые классифицируются по следующим признакам:

1) *жанровая специфика* (action, adventure, shooter, puzzle, квесты, аркада, игры-симуляторы, стратегические игры, игры спортивные, логические, ролевые, обучающие и развивающие, компьютерные модели традиционных и настольных игр, the Sims);

2) *количество игроков и способы их взаимодействия* (игра может быть однопользовательской или многопользовательской, а также вестись через Интернет, электронную почту);

3) *визуальное представление* (игра может использовать как графические средства оформления, так и быть тестовой, может быть двухмерной или трехмерной);

4) *тематика* (фэнтези, игры космические, мифологические, исторические и др.);

5) *динамика* (игровой процесс может происходить в условиях «реального времени» или пошагово);

6) *перспектива* (игра может вестись как от первого, так и от третьего лица).

Среди жанров компьютерных игр особым дискурсом, имитирующим тотальную власть, отличается игра the Sims или «симулятор Бога». Игры подобного рода в народе прозвали «Симами».

Создателем «Симов» является дизайнер Уилл Райт, которого одно из западных изданий включило в сотню «самых креативных людей в индустрии развлечений». Первый симулятор назывался SimCity и представлял собой небольшой виртуальный городок, чей внешний вид, устройство и благосостояние находилось в руках игрока. Это была первая игрушка, позволяющая полностью контролировать и управлять жизнью главного персонажа. По ходу игры человек становится одновременно и Диктатором и Создателем.

Возможность виртуально творить судьбы людей – вот главный соблазн, лежащий в основе стратегии «Симов». Но самым привлекательным является то, что человек не несет никакой ответственности – что бы ни произошло, какое бы решение не принял игрок, ибо в большинстве случаев все можно исправить, в противном случае – можно все начать заново.

Благодаря виртуальному моделированию неограниченной власти популярность игры SimCity побила все рекорды, известные в мире компьютерных игр. К 2000 году игра возглавила список самых продаваемых компьютерных игрушек.

В своих новых версиях игра предоставляла неограниченные возможности в выборе персональных параметров героя – начиная с радикальной смены имиджа и заканчивая созданием потомства. Игроки могли не только «выращивать» своих симов, но строить им дома, заводить семью, планировать отпуск и продвигать по карьерной лестнице. Для многих игроков игра дала возможность превратить своего персонажа в копию мужа или жены, почувствовать себя дизайнером домашнего

интерьера. Из симулятора жизни одного человека игра фактически превратилась в симулятор жизни отдельно взятой семьи. Симулы, по сути, стали проводить виртуальные эксперименты над микросоциумом.

Разработчикам игры не потребовалось много усилий, чтобы ее разрекламировать. Выпустив сначала ограниченным тиражом первую версию The Sims, У. Райт понял, что попал «в яблочко»: в ситуации нестабильности и психологической неуверенности люди стремятся убежать от проблем в виртуальную реальность и реализовать в ней свои желания. Дальнейшие версии игр разработчикам подсказывало само общество. Версия *The Sims 2: Бизнес* предназначалась для тех, кто желает реали-

зовать себя в области предпринимательства. Это игра моделировала строительство собственного бизнеса. Тем же, кто не хочет озадачиваться выполнением бизнес-плана, а желает вести богемный и гламурный образ жизни, разработчики предложили версии «Ночная жизнь», «Holiday Edition», «Glamour

Life», которые дают возможность почувствовать драйв, развлекаясь в клубе или катаясь по ночному городу. Разработчики учли и такие виртуальные возможности, как уход за домашними животными (*The Sims2: Питомцы*), учеба в университете (*The Sims2: Университет*), получение различных профессий. Вот в каких областях виртуальный человечек может получить профессию: криминал, военное дело, охрана, кулинария, наука, спорт, бизнес, медицина, политика, шоу-бизнес, парапсихология, искусство, экология.

С появлением игры *The Sims2: Времена года* добавились следующие профессии: музыкант, юрист, журналист, учитель, исследователь, игровая индустрия. А с появлением *The Sims2: Свободное время* – еще 5 профессий: танцы, развлечения, разведка, океанография, архитектура.

«Симы» завладели умами миллионов. В них играют топ-менеджеры, бухгалтеры, журналисты, политики, домохозяйки, студенты и дети. Созданы сообщества и сайты «любителей The Sims». «Симомания» превратилась в один из вариантов виртуальной зависимости. Причем, 60% «любителей Симов» – это женщины. Именно они могли безоглядно экспериментировать со своей внешностью, флиртовать, виртуально рожать и воспитывать детей. Все то, о чем женщина могла только мечтать в реальной жизни, исполнялось в игре при небольших усилиях.

Важной привлекательным моментом виртуального дискурса The Sims является 3D-формат.

Другой немаловажный аспект – высокое качество изображения и графики. Внутренняя обстановка дома, улицы, магазины и автомобили – все выполнено на высочайшем уровне. Загружая впервые «Симов», человек испытывает удивление от увиденного: ощущение, что тебя поместили в кукольный домик и, не-

смотря на маленькие размеры, все окружающие предметы – совершенно настоящие.

Авторы игры учли даже такой момент как смена суток. Причем, сменить день на ночь можно по желанию игрока. Этот эффект позволяет почувствовать течение жизни.

Особое внимание в игре уделяется самим героям – их внешнему виду, поведению, жестам, мимике и др. Так, заставляя делать Сима то, что ему не по душе, виртуальный человечек начинает возмущаться, искренне удивляться или плакать. Разработчики старательно вывели каждую морщинку, слезинку или ямочку при улыбке на лице героя. В такие моменты хочется прижать «виртуального друга» к груди и пожалеть.

Важнейшей составляющей любой игры The Sims является возможность создавать «Сима» по собственному желанию. Личность любого персонажа формируется при помощи опреде-



ленного набора черт. Каждому можно назначить до пяти черт, из которых складывается его характер. Черты на языке компьютерной игры – это личностные *теги*. Всего их около восьмидесяти: «перфекционист», «гений», «параноик», «клептоман», «кокетка», «романтик», «счастливчик» и др.

В основу набора черт авторы положили теорию архетипов Карла Юнга. Игра предлагает на выбор несколько архетипов с готовым набором черт. Но более интересно, создавать собственного героя. При этом необходимо помнить, что некоторые черты не могут сочетаться в рамках одного психотипа.

Живя согласно определенному психотипу, Сим взаимодействует с другими персонажами. Как и в любом обществе, в игре появляются лидеры, изгои, звезды и аутсайдеры. Поэтому задача игрока – сделать так, чтобы Сим не чувствовал себя «ничтожеством» (именно так на первых порах характеризуется компьютерный герой). По мере выполнения желаний Сим его самооценка повышается.

В The Sims у каждого персонажа есть стремление. Которое определяет его желания и страхи. Если желание исполняется, он получает определенное количество «пунктов успеха», если же происходит что-либо, чего Сим боится, он теряет пункты успеха. К примеру, в числе желаний – приобретение машины, знакомство с другим Симом, рождение ребенка. Примеры страхов – смерть близкого, старость, одиночество, тараканы и др. Желания и страхи со временем меняются, однако страх или желание может быть зафиксирован до его возникновения. У Симов-детей программируется одно стремление – взросление.

Еще один важный пункт в создании Сим – написание его биографии. Здесь игрок может дать волю своей фантазии, сделав, к примеру, Сима матерью-героиней или самоубийцей.

Важная составляющая игры – тексты, которые используются героями для общения. Герои всех версий The Sims используют для общения «симглише» – смеси украинского, филиппинского и языка навахо. Почему выбор был сделан в пользу данных языков, остается до конца непонятным. Скорее всего, именно

эти языки показались авторам наиболее экзотическими. В самих текстах украинский язык представлен только на уровне отдельных слов. В последующих версиях игры «симглише» выглядит как смесь греческого и кириллического алфавитов.

Игроки до сих пор спорят, как произносить отдельные слова, а разработчики не признаются, как правильно читается и что конкретно значит то или иное слово или выражение. Единственное, что они подтвердили, что «даг даг» – это «до свидания», «чум-чум» – значит «пицца» или «еда из китайского ресторана», а «нубу» – это «ребенок». Обо всем остальном остается только догадываться.

Сознательно создавая «трудности перевода», авторы игры тем самым провоцируют игроков на формирование особых сообществ, занимающихся лингвистическим креативом, что дополнительно усиливает привлекательность The Sims. Ярые поклонники The Sims создают на специальных сайтах словари, где переводят «симглиш» на русский язык.

Игра в силу своей популярности является прибыльным местом для размещения рекламы. The Sims, в частности, используется для рекламы IKEA (The Sims 2: *Кухня и ванная. Дизайн интерьера*; The Sims 2: *Идеи от IKEA*). Существует версия игры Home Stuff, в которой Симы получают возможность обустроить свой дом мебелью из IKEA. В версии The Sims 2: H&M Fashion Stuff была открыта реклама торговой марки одежды H&M. Одежде, обуви и модным аксессуарам (в том числе и автомобилям) в игре уделяется большое внимание, поскольку от этих элементов зависят настроение и социальный статус героя. В зависимости от заработанного числа денег Сим может позволить себе купить марку более дорогого автомобиля.

Одним словом, жизнь Симов протекает по аналогии с реальной жизнью людей в обществе массового потребления. Чем активнее Сим, тем больше у него удовлетворенных потребностей, тем выше его самооценка, социальный статус и наоборот.

Если говорить о рекламе самой игры, в данном случае акцент делается на Интернет.

Именно в нем аккумулируется основная информация, касающаяся поиска необходимых «ключей» для развития Сима. Есть и специальные печатные издания, где идет речь о новинках и основных характеристиках компьютерной игры.

Отвечая на вопрос, какие ценности пропагандирует The Sims можно сослаться на целевые установки, которые сформулировали в своем кредо ее разработчики: «В попытке прожить как можно больше жизней, за каждую из которых не было бы мучительно больно, люди пускаются во все тяжкие. Одни становятся актерами и проживают множество ролей и судеб. Другие – писателями, создающими истории жизней своих персонажей. Третьи вообще мнят себя творцами всего сущего и для поправки душевного здоровья принудительно отправляются в соответствующие заведения. Чтобы не произошло подобной трагедии, мы и создали игру The Sims» (Тайны The Sims. Режим доступа – www.igromania.ru).

Успех любого проекта, в том числе и компьютерной игры, напрямую зависит от эмоциональной заряженности его дискурса. Чем сильнее воздействие дискурсивных форм на чувства массовой аудитории, тем больше вовлеченность в процесс игры. Саспенс – неременный атрибут эффективной коммуникации. Суть его – в идентификации с виртуальным героем.

В The Sims эмоциональный отклик очень высок, так как Сим – это, собственно. Сам игрок или мечта быть таким как он. Поэтому любое разочарование или радость Сима воспринимается как собственная неудача или победа. Игра в том и заключается, чтобы симулировать, создавать иллюзию, при этом полностью эмоционально поглощая игрока.

Для описания различных, нередко, противоположных, эмоций, которые остаются у людей

после The Sims, обратимся к высказываниям на форумах, посвященных игре:

- «Как только выходят новые версии The Sims я выпадаю из активной жизни как минимум на несколько дней, рассматривая, проигрывая, моделируя жизнь, уже ставших «родными» героев игры. Во-первых, игра действительно расслабляет, во-вторых, она очень легкая и не напрягает мозги, а в-третьих, просто красивая...».
- «А что, есть еще такие дебилы, которые играют в Симс?????!!!!».
- «Строительство в симс2 – это нечто. Есть где разгуляться».
- «Негде там разгуляться. А создание крыши это вообще забор...».
- «Ой, игра вообще суперская. С нетерпением жду выхода новых версий!».

Таких цитат с форумов можно привести сколько угодно. Одно остается явным – The Sims – успешный коммерческий проект, обладающим большими рекламными возможностями и PR-соблазнами.

В целом, компьютерные игры как часть виртуальной реальности расширяют воз-

можности человека – развивают способности к креативному мышлению и моделированию, повышают самооценку. Компьютерные технологии позволяют реализовать в виртуальном пространстве самые фантастические желания человека, исполнение которых в реальной жизни для многих было бы невозможным. (Например, желание пережить наслаждение от небесного и космического полета может осуществиться с помощью технологий 3D).

Однако не стоит забывать, что компьютерный мир – это мир электронный, экранный, т.е., симулятивный. Стоит отключить компьютер от источника питания, как игрок начинает чувствовать себя неуютно, растерянно. Призрачность компьютерного бытия может обернуться внутренней пустотой и разочарованием.

