

инициативу и решительность. Если для них что-то важно, они приложат достаточно усилий для получения нужного результата. Самооценка у них лучше, группы неработающих пенсионеров, как по объективным, так и по субъективным причинам, которые более пессимистичны.

**Заключение.** Исходя из всего вышесказанного и проведенного исследования, можно сделать вывод, что важными качествами в постоянно меняющемся мире являются психологическая гибкость и умение быстро адаптироваться к происходящим изменениям.

Пожилым людям в силу их возраста и физиологии это далеко не просто, поэтому работа психологов и специалистов по социальной работе играет немаловажную роль в их психологической адаптации, создавая вместе с родственниками и близкими людьми тот надежный социальный буфер, благодаря которому, пожилые люди получают все необходимую помощь.

**Список использованных источников:**

1. Кувшинова, О.А. Проблемы социального конструкта пожилого возраста / О.А. Кувшинова// – Вестник Томского гос. ун-та – 2012. №1.- С. 17
2. Максимова, С.Г. Социально-психологическая адаптация: особенности формирования и развития у лиц пожилого и старческого возраста / С.Г. Максимова. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2009. – 145 с.

**УДК 316.4**

**ФЕНОМЕН ПОЯВЛЕНИЯ СУБКУЛЬТУРЫ ГЕЙМЕРОВ**

**А.В. Бойко,**

*ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск*

(e-mail: [nastyapandas@mail.ru](mailto:nastyapandas@mail.ru))

Молодежных субкультур в их классическом виде, каком они были в середине прошлого века, уже практически не существует, хотя само понятие продолжает использоваться. И сегодня есть молодежь, которая продолжает себя называть новыми и старыми субкультурными именами. Молодежные сообщества, идентифицирующие себя с определенной идеологией, культурой и стилем, оппозиционные к мейнстриму, существовали и будут существовать, пока будут сохраняться системы культурного доминирования. Культурное, стилевое разнообразие порождены особыми условиями современности: увеличение свободного времени, расширение зон частичной или полной занятости (современная система высшего образования тоже сюда относится), развитие демократических свобод, культурный плюрализм, упрощение доступа к глобальным коммуникациям и массовое включение в общее информационное пространство, развитие альтернативных, виртуальных и воображаемых сообществ [3, с.5].

Культура видеоигр – это новая медиакультурная субкультура, образованная видеоиграми. Поскольку со временем популярность компьютерных и видеоигр значительно возросла, они оказали значительное влияние на популярную культуру. Со временем культура видеоигр развивалась рука об руку с интернет-культурой и растущей популярностью мобильных игр. Многие люди, которые играют в видеоигры, идентифицируют себя как геймеры, что может означать что угодно - от того, кто любит игры, до того, кто увлечен этим. Поскольку видеоигры становятся все более социальными благодаря многопользовательским и онлайн-возможностям, геймеры

оказываются в растущих социальных сетях. Игры могут быть как развлечением, так и соревнованием, поскольку новая тенденция, известная как электронные виды спорта, становится все более широко принятой. Сегодня видеоигры можно увидеть в социальных сетях, политике, телевидении, кино, музыке и на YouTube [2].

По состоянию на 2016 год средний возраст игрока в видеоигры составляет 31 год, это число постепенно увеличивается, поскольку люди, которые были детьми, играющими впервые аркадные, консольные и домашние компьютерные игры, теперь продолжают играть в современных системах [1]. Распределение геймеров по полу достигает равновесия, согласно исследованию 2016 года, которое показывает, что 59% геймеров - мужчины, а 41% - женщины [1], однако исследование также показало, что женщины реже идентифицируют себя как геймеры из-за страха стигматизации [2]. По состоянию на 2011 год 71% людей в возрасте от шести до сорока девяти лет в США играют в видеоигры, причем 55% геймеров играют на своих телефонах или мобильных устройствах. Средний возраст игроков по всему миру составляет от середины до конца 20-х годов, и он увеличивается по мере роста числа пожилых игроков [1].

Одной из возможных причин увеличения количества игроков может быть объяснение растущим числом жанров, которые требуют меньше определенной аудитории. Например, консоль Wii расширила свою аудиторию с помощью таких игр, как Wii Sports и Wii Fit. Оба требуют большей активности от пользователя и дают больше причин для игры, включая семейные соревнования или упражнения. Это также может быть связано с тем, что люди, которые играли в видеоигры в молодости, теперь стареют и все еще проявляют интерес к видеоиграм. В настоящее время крупнейшей индустрией развлечений для детей является игровая. По данным телефонного опроса 2008 года, в котором приняли участие 1102 респондента, 97% детей, живущих в Соединенных Штатах и в возрасте от 12 до 17 лет, играют в видеоигры [1].

Как видно из недавнего выпуска некоторых игр, разработчики видеоигр начали создавать игровой контент, который привлекает альтернативную аудиторию. Разработанные игры предлагают игрокам альтернативный игровой опыт, что позволяет дополнительно демографически расширять субкультуру видеоигр.

С целью изучения феномена появления субкультуры геймеров и влияния этого явления на формирование мировоззрения подростка, нами было проведено анкетирование среди учащихся в ГУО «Средняя школа №46 г. Витебска». Участие в опросе приняли участие 30 респондентов 8-9 курсов, в возрасте от 13 до 14 лет. Из них 85% юноши, и 15% девушки.

Компьютер сейчас многофункционален. Благодаря персональному компьютеру в нашей жизни появились новые возможности, в том числе развилась и игровая индустрия. Первым вопросом нашей анкеты, нам захотелось узнать, для каких целей респондентам нужен персональный компьютер. 45% указали, что персональный компьютер нужен им для того, чтобы играть в игры, 25% указали, что компьютер нужен им для выполнения домашнего задания и 30% указали, что для них компьютер служит дополнительным источником общения. Таким образом, мы делаем вывод, что в основном респондентам нужен компьютер для игр и для того, чтобы сделать домашнее задание.

В современном мире у каждого дома должен быть персональный компьютер. Вторым вопросом нашей анкеты нам захотелось узнать: имеют ли респонденты дома персональный компьютер. 100% респондентов указали, что у них есть персональный компьютер. Таким образом, мы делаем вывод, что у каждого респондента есть возможность воспользоваться персональным компьютером дома.

Мы перечислили в анкете название популярных игр. Нашей задачей было выяснить, знают ли они об этих играх, а также выявить предпочтения в игре. Ведь та или иная игра несёт в себе либо позитив, либо негатив. 20% респондентов узнали такую игру как AsassinsCreed, 25% узнали среди представленных игр ResidentEvil, 20% узнали такую игру, как NFSSHIFT и 35% не узнали ни одной из перечисленных игр. Таким образом, мы делаем вывод, что из перечисленных нами игр подростки в большей степени узнают игру ResidentEvil. Данная игра представляет собой жанр «Survival horror» с открытым миром.

Жанров в играх очень много. Нам захотелось узнать, какой из игровых жанров больше привлекает наших респондентов. 15% указали шутеры от первого и третьего лица, 20% отметили жанр хоррор, 10% отметили MMORPG, 5% указали симуляторы и 50% ничего не выбрали. Таким образом, мы видим, что наиболее популярностью пользуются хоррор игры.

Далее мы спросили как, по мнению респондентов, игры влияют на них. 25% указали, что игры помогают им снять стресс, 15% игры поднимают настроение, 5% указали, что игры помогают им быть более собранными и 55% указали, что игры на них никак не влияют. Таким образом, мы делаем вывод, что игры не наносят негативных последствий на состояние респондентов.

Субкультура «геймеры» появилась не так давно, возможно есть те кто ещё не слышал о данной субкультуре. Мы захотели выяснить, знают ли респонденты, кто такие «геймеры». 100% респонденты отметили, что эти люди, которые увлечены играми. Таким образом, мы делаем вывод, что все наши респонденты осведомлены о данной субкультуре.

Большое количество людей играют в игры, однако не могут назвать себя геймерами. Мы поинтересовались, какое количество респондентов отнесли бы себя к геймерам. 35% респондентов отметили, что относят себя к геймерам, 12% затруднились ответить на этот вопрос, 53% указали, что не относят себя к геймерам. Таким образом, мы делаем вывод, что геймеры присутствуют в нашей повседневной жизни.

Заключительным вопросом нашей анкеты мы захотели узнать, к какому типу игроков себя могут отнести наши респонденты. 30% относят себя к хардкор-игрокам, 20% относит себя к простым игрокам, 50% ничего не отметили. Таким образом, в основном респонденты относят себя к хардкор-игрокам.

В заключении мы пришли к выводам, что споры о видеоиграх не угасают ни на минуту. Зависимость и уход от реального мира – это правда. Для геймеров всего мира предмет их обожания становится отдыхом, искусством, спортом, культурой и жизнью. История и культура субкультуры геймеров не стоит на месте, регулярно разрабатываются все новые и новые забавы, а технический потенциал растёт в геометрической прогрессии. Трудно сказать, какие технологии захватят разумы геймеров в следующие несколько лет. Наконец видеоигры пока не прошли испытания временем, которое требуется для окончательного признания их особой реальностью, в которой, возможно, захочет существовать изрядная часть человечества. Но их поклонники готовы ждать. У них все впереди.

#### Список использованных источников:

1. Essentialfacts [Электронный ресурс]. – 2015. – [http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2017/04/EF2017\\_FinalDigital.pdf](http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2017/04/EF2017_FinalDigital.pdf). – Дата доступа: 17.02.2019.
2. Геймеры [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Геймер>. – Дата доступа: 20.02.2019.
3. Омельченко, Е.Л. Молодёжные культуры и субкультуры/ Е.Л. Омельченко. – М.: ПромоТекс, 2000. – 76 с.