

Эксплицитные мотивы в повседневной жизни у мужчин, играющих в компьютерные онлайн-игры: эмпирическое исследование

Н.А. Иванова

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Поступила 31 августа 2018/ Принята к публикации: 2 ноября 2018

Empirical study of explicit real-life motives in male gamers

Nadezhda A. Ivanova

St.Petersburg State University, St.Petersburg, Russia

Received August 31, 2018 / Accepted for publication: November 2, 2018

Актуальность. Психологические особенности геймеров (игроков в компьютерные игры) – тема чрезвычайно актуальная сегодня, поскольку распространенность геймерства очень широка и продолжает расти, охватывая все поколения людей.

Цель исследования: описание картины мотивации повседневной жизни геймеров для того, чтобы понять, почему они предпочитают эту форму проведения свободного времени другим формам.

Описание хода исследования. В исследовании, проведенном с помощью онлайн-опросов, приняли участие 10916 русскоговорящих мужчин-игроков из России, Украины, Белоруссии и других стран СНГ. Рассматривались основные эксплицитные мотивы повседневной жизни игроков в онлайн-игры, среди которых обнаружены наиболее выраженные: мотивы познания и достижения. Методом дискриминантного анализа выявлены и описаны три группы игроков: с мотивацией познания и достижения рационального типа, мотивацией познания и достижения эмоционального типа и мотивацией неопределенного типа. Проведено сравнение играющих и не играющих мужчин по степени выраженности мотивов в повседневной жизни. Более высокие средние значения по шкале Лайкерта отмечаются у не играющих мужчин в мотивах, связанных с общением и взаимодействием с другими людьми (критерий Уилкоксона, $p \leq 0,01$), и в мотивах, направленных на восприятие красоты, масштабности и грандиозности (критерий Уилкоксона, $p \leq 0,001$). У игроков выше оценки ситуаций, связанных с понятием задач, и значимо меньше выражен интерес к ситуациям, в которых они могут влиять на что-то (критерий Уилкоксона, $p \leq 0,01$).

Результаты исследования. Сформирована шкала для оценки мотивов повседневной жизни, произведена оценка выраженности эмпирически выявленных мотивов у геймеров по шкалам множественного выбора и затем по пятибалльной шкале Лайкерта. Впервые выделены и описаны три группы игроков с мотивацией разного типа, проведено сравнение выраженности этих мотивов у играющих и не играющих мужчин.

Выводы. Познавательные мотивы и мотивы достижения у играющих и не играющих мужчин оказались выраженными в равной степени высоко, что может быть обусловлено универсальностью и значимостью ценностей познания и достижения в современном обществе. Возможно, компьютерные игры наиболее полно из всех доступных игрокам форм проведения времени удовлетворяют их потребности в познании и достижении. Дальнейшая задача – проверить эти предположения с помощью других методов (например, глубинного интервью).

Ключевые слова: гейминг, мужчины-геймеры, мотивация, эксплицитные мотивы.

Background. Psychological characteristics of gamers (video games players) is an extremely relevant field of research today, because prevalence of gaming is wide and growing, covering all current generations (Avetisova, 2011; Bogacheva, Voiskunsky, 2014; Snodgrass et al., 2017).

Objective. The study reveals the explicit real-life motives in online gamers and the reasons why they choose certain leisure compared to other pastimes.

Design. The sample includes 10,916 Russian-speaking gamers from Russia, Ukraine, Belarus and other CIS countries. The main explicit motives in the real-life gamers are considered: motives of cognition and motives of achievements. The discriminant analysis method identified and described three groups of players: with motives of cognition and motives of achievements of a rational type, motives of cognition and motives of achievements of an indefinite type. A comparison was made between male gamers and male non-gamers according to the degree of explicit motives. High mean on the Likert scale are observed in non-gamers within motives associated with communication and interaction with other people (Wilcoxon test, $p \leq 0.01$) and in motives aimed at perception of beauty, significance and grandeur (Wilcoxon test, $p \leq 0.001$). The gamers have a higher assessment of situations related to the clarity of the tasks, and perform significantly less interest in situations within which they can influence something (Wilcoxon test, $p \leq 0.01$).

Research Results. A scale for assessing real-life motives is designed to estimate the empirically identified motives in gamers on multiple choice scales and then on a five-point Likert scale. There are three groups of gamers with different types of motivation have been identified and described, a comparison of the severity of these motives in male gamers and male non-gamers has been made.

Conclusion. Cognitive motives and motives of achievement for male gamers and male non-gamers were expressed in equally high figures, which may be due to the universality and significance of the values of knowledge and achievements in modern society. Perhaps computer games are the most available leisure to gamers that satisfy their needs for cognition and achievement. A further task is set to test these assumptions using other methods (for example, in-depth interviews).

Keywords: gaming, male gamers, motivation, explicit motives.

В конце XX века Д. Макклелланд, Р. Костнер, и Дж. Вайнбергер обозначили важное различие между имплицитными и эксплицитными формами мотивации. Имплицитные мотивы они связывали с постоянными предпочтениями или потребностями (например, потребностью в достижении) для получения определенных видов желаемого (например, делать что-либо лучше). Такие мотивы могут возникать автоматически при наличии стимулов (например, сложная задача), характеризуют осуществление деятельности без существенных осознанных размышлений (например, почему именно столько усилий человек вкладывает в решение какой-либо задачи, он затруднится объяснить). Они генерализованы и не связаны с какой-то конкретной сферой реализации мотива. Напротив, эксплицитные мотивы связаны с ценностями и желаниями, которые люди могут вербализовать и признать типичными для их повседневной деятельности. Эксплицитные мотивы отражаются в осознанных выборах и соответствующих оценках задач и поведения. Они выражаются наиболее явно, когда людей просят указать (например, путем согласия с пунктами опроса), на-

для обозначения этого типа мотивов – «самоатрибутированные потребности» (Круглов, 2007).

Социокультурный подход к мотивации, намеченный Д. Макклелландом, объединил в себе множество исследований, результаты которых позволяют прийти к выводу, что изучение любого мотива и связанного с ним поведения невозможно без учета социокультурного аспекта. В настоящее время большое распространение в обществе получила такая форма проведения времени как компьютерные игры. Значительное число людей играют в игры на различных устройствах: на смартфонах, игровых консолях, персональных компьютерах (Przybylski, Weinstein, 2017). Мир компьютерных игр достиг в наши дни большого разнообразия (Granic, 2015). Никто не станет отрицать, что гейминг (увлечение компьютерными играми) является заметным социокультурным явлением. Это форма проведения времени, конкурирующая с просмотром телевизора, походами в кино, другими формами развлечения, особенно среди молодых людей (Королева, 2011; Evans, 2013). Причем, люди не только играют в игры сами, они также проводят существенное количество времени, наблюдая,

хождение игр с комментариями, отражающими их субъективное восприятие игрового процесса (летсплей). Такие видео с интересом смотрят миллионы людей по всему миру (Sjoblom, 2017). Некоторые психологи находят этот социокультурный феномен тревожным и, учитывая большую аддиктивный потенциал компьютерных игр, даже опасным для некоторых людей (King, 2014; Зимбардо, 2017). Другие исследователи, напротив, описывают разнообразное положительное влияние (Sublette et al., 2012; Uttal et al., 2013; Prot et al., 2014; Granic et al., 2015; Sevin et al., 2016). Третьи пытаются уйти от однозначного отношения к играм как к чему-то полезному или вредному (Snodgrass, 2017; Солдатова, Теславская, 2017).

Идея нашего эмпирического исследования возникла в ходе изучения проблемы игровой мотивации геймеров – людей, увлекающихся компьютерными играми и проводящих в играх значительное количество времени (Иванова и др., 2016). Множество исследований мотивации гейминга взрослых людей дают ответ на вопрос: что интересно этим людям в игре, почему они проводят время своей жизни именно за этим занятием? При этом ответы на эти вопросы получают обычно с помощью многофакторной шкалы, состоящей из ряда вопросов типа «Для чего вы играете в игры?» или даже «Почему вы играете в игры?» (Hayney, 2011; Dzemetovitz, 2011; Yee, 2007, 2012). В результате получается мотивационный профиль геймера, который демонстрирует факторы его игровой деятельности и показывает, какие из них у него больше выражены. Одни исследователи выделяют, например, такие факторы, как действие, взаимодействие, мастерство, достижение, погружение и креативность (Yee, 2012), другие описывают эскапизм, соревнование, отдых, развитие и т.д. (Dzemetovitz, 2011) или вызов, любопытство, контроль и признание (Hayney, 2011). Необходимо отметить, что все полученные факторы – это эксплицитные мотивы гейминга, полученные с помощью ответов на прямые вопросы о причинах или целях гейминга.

Исследователи не описывали мотивы, движущие играющими людьми в повседневной жизни, ограничиваясь их игро-

Эксплицитные мотивы отражаются в осознанных выборах и соответствующих оценках задач и поведения. Они выражаются наиболее явно, когда людей просят указать (например, путем согласия с пунктами опроса), насколько им интересно/для них предпочтительно было бы заниматься определенным видом деятельности

сколько им интересно/для них предпочтительно было бы заниматься определенным видом деятельности (например, деятельностью, ориентированной на достижение, или ориентированной на восприятие прекрасного, или на общение) (McClelland et al., 1989). Еще один термин, который Макклелланд использовал

как это делают другие. Многие смотрят трансляции киберспортивных соревнований, где играют команды или одиночные «профессиональные» игроки. Чрезвычайно популярными являются видеоролики, где люди играют и комментируют происходящее в прямом эфире (стрим) или выкладывают видеозаписи отрывков про-



Надежда Александровна Иванова –

старший преподаватель кафедры общей психологии факультета психологии Санкт-Петербургского государственного университета
E-mail: n.a.ivanova@spbu.ru
<http://www.psy.spbu.ru/department/teachers/31-2013-05-27-14-16-12/2013-05-27-14-54-55/485-ivanova-na>

Для цитирования: Иванова Н.А. Эксплицитные мотивы в повседневной жизни у мужчин, играющих в компьютерные онлайн-игры: эмпирическое исследование // Национальный психологический журнал. – 2018. – № 4(32). – С. 16–26. doi: 10.11621/npj.2018.0402

For citation: Ivanova N.A. (2018). Empirical study of explicit real-life motives in male gamers. National Psychological Journal, [Natsional'nyy psikhologicheskyy zhurnal], 4, 16–26. doi: 10.11621/npj.2018.0402

ISSN 2079-6617 Print | 2309-9828 Online
© Lomonosov Moscow State University, 2018
© Russian Psychological Society, 2018

вой мотивацией, не спрашивали, что еще является для них интересным и к чему они стремятся. Поэтому, целью нашего исследования было описание картины мотивации в повседневной жизни геймеров, которая, на наш взгляд улучшит понимание того, почему геймеры предпочитают игру другим формам проведения свободного времени.

Проведение исследования

Выборка и процедура

Исследование проходило на протяжении двух лет и осуществлялось в несколько этапов. Общая выборка подготовительных этапов и основного этапа состоит из нескольких репрезентативных выборок, взятых из одной и той же генеральной совокупности мужчин-игроков в массовые онлайн-игры военно-исторической тематики. Репрезентативность выборок обусловлена тем, что все они являлись выборками случайных активных игроков (случайность соблюдалась при составлении списков для рассылки приглашения), отвечавшими однократно на одни и те же опросы. При этом, выявилась устойчивая картина распределения баллов по шкалам мотивов, ценностей, игровой активности, а также демографическим показателям среди опрошенных игроков от среза к срезу. Попадание в срезы ответов одних и тех же людей были исключены условиями рассылки. В опросах принимали участие 10916 русскоговорящих мужчин-игроков в возрасте от 14 до 75 лет. Их средний возраст колебался от 34 до 38 лет на разных этапах исследования. Около трети испытуемых имеют высшее или неоконченное высшее образование, более половины – женаты и около 40% имеют детей. По типу занятости большинство респондентов (от 50 до 66%) – работники по найму в государственных или частных учреждениях. Все они являются активными игроками, уделяющими компьютерным играм от нескольких часов в неделю до нескольких часов в день. При этом они играют не в одну, а, как правило, в несколько игр сходной тематики и жанра, а также в игры других тематик и жанров.

Сбор данных производился с помощью онлайн-опросов, которые были получены игроками по электронной почте

Целью нашего исследования было описание картины мотивации в повседневной жизни геймеров, которая, на наш взгляд улучшит понимание того, почему геймеры предпочитают игру другим формам проведения свободного времени

или по ссылке непосредственно в интерфейсе одной из компьютерных игр, в которые они играли. Опросы содержали вопросы, касающиеся обобщенных жизненных ситуаций, которые им интересны, что, по нашему мнению, отражало их эксплицитную мотивацию.

Кроме того испытуемым были заданы вопросы, касающиеся самооценки их успешности в игре, их игровой мотивации, их поведения в играх, того, что они считают важным в играх. Также задавались вопросы социально-демографического характера (в том числе, чтобы обеспечить однородность выборок).

В исследовании применялись следующие статистические методы: частотный анализ, критерий Краскала-Уоллиса, критерий Манна-Уитни, критерий χ^2 Пирсона, эксплораторный факторный анализ, корреляционный анализ, кластерный анализ. Программы для обработки данных: R V, SPSS 21.

Этапы исследования

Этап 1. Пилотное исследование и создание шкалы эксплицитных мотивов повседневной жизни

Игрокам-участникам пилотного исследования, которое проходило летом 2015 года (300 человек, мужчины, активные геймеры, играющие в компьютерные игры от нескольких часов в неделю до нескольких часов в день, возраст от 20 до 65 лет), был предложен открытый вопрос: «В каких жизненных ситуациях вам наиболее интересно?». Полученные ответы были обработаны с помощью методов количественного и качественного анализа (частотный анализ, контент-анализ, кластерный анализ). По результатам этого анализа был сформирован список из 11 видов обобщенных ситуаций и видов деятельности, который в дальнейшем предлагался другим респондентам уже в виде закрытого вопроса: «Какие признаки ситуации делают ее интересной для вас? Выберите, пожалуйста, 3 самые интересные ситуации из списка». Также

предлагался вариант «Другое» с текстовым полем, куда респонденты могли вписать интересную для них ситуацию или вид деятельности, не обнаруженные ими в предложенном списке.

Дальнейшее исследование эксплицитных мотивов игроков проходило уже с использованием такого закрытого вопроса из 11 пунктов и включало 3 замера с интервалом в неделю среди аудитории игроков в массовую военно-историческую онлайн-игру World of Warships. Целью этого этапа было получение исчерпывающего списка, перечня интересных для игроков жизненных ситуаций. Опрос рассылался трижды, каждый раз разным выборкам игроков из общей большой выборки. Задачи этого этапа: дополнить изначальный список интересов игроков и, оценив гомогенность выборок, обосновать возможность выведения выводов относительно всей совокупности игроков.

Инструкция звучала следующим образом:

«В жизни мы попадаем в разные ситуации. В одних нам интересно, в других – не очень.

Какие признаки ситуации делают ее интересной для вас?

Выберите, пожалуйста, 3 самые интересные для вас ситуации из списка:

1. Когда я могу влиять на происходящее
 2. Когда мне весело, когда я развлекаюсь
 3. Когда я узнаю что-то, получаю информацию
 4. Когда я учусь чему-то, улучшаю навыки
 5. Когда ситуация необычная, нестандартная
 6. Когда происходит что-то неожиданное
 7. Когда есть взаимодействие с людьми
 8. Когда я встречаю что-то новое
 9. Когда есть какой-то результат, достижения
 10. Когда есть вариативность, возможность выбора
 11. Когда есть вызов для моих способностей, непростая для меня задача
- Другое (укажите, пожалуйста) _____».

В ходе трех однотипных исследований на разных группах одной большой выборки игроков ($N_1 = 3019$ человек,

N2 = 2079 человек, N3 = 4044 человека, мужчины, геймеры, активно играющие в компьютерные игры от нескольких часов в неделю до нескольких часов в день), список дополнялся самыми популярными ответами из поля «Другое». В результате был проведен кластерный анализ и получен итоговый список из 19 пунктов.

Таким образом, по итогам двухлетних исследований была создана авторская шкала, которая получила рабочее название «Эксплицитные мотивы повседневной жизни».

Инструкция звучала следующим образом:

«Что из перечисленного наиболее интересно для вас в жизни? Выберите от 1 до 3 вариантов:

1. Влиять на ситуацию
2. Развлекаться
3. Ощущать масштабность и грандиозность чего-либо
4. Узнавать что-то (получать информацию)
5. Учиться чему-то (улучшать навыки)
6. Встречать что-то необычное
7. Общаться
8. Извлекать пользу, выгоду
9. Испытывать сильные эмоции
10. Любоваться чем-то красивым
11. Погружаться в особую атмосферу
12. Делать что-то совместно с другими людьми
13. Встречать что-то новое
14. Сталкиваться с чем-то неожиданным
15. Получать результат, достижения
16. Иметь возможность выбора
17. Когда есть понятная задача
18. Когда есть вызов, непростая задача
19. Когда есть динамичность».

После сбора значительного количества данных было проанализировано распределение выборов и определена динамика рейтинга представленных в опросе эксплицитных мотивов (Ivanova et al., 2016).

Этап 2. Основное исследование

1. Измерение выраженности эксплицитных мотивов с помощью полученной шкалы

В третий раз вопрос был переформулирован и звучал следующим образом: «Насколько перечисленное интересно вам в жизни?», поскольку новый вариант

предполагал не выбор нескольких ответов из общего списка, а оценку каждого из 19 пунктов опросника по пятибалльной шкале Лайкерта (совершенно неинтересно, неинтересно, средне, интересно, очень интересно). Введение шкалы Лайкерта вместо шкалы множественного выбора изначально объяснялось намерением проверить работоспособность «старой» шкалы, определить, будут ли эксплицитные мотивы игроков распределяться по степени выраженности так же, как распределялись при использовании шкалы множественного выбора.

Опросник со шкалой Лайкерта был предложен новой выборке (N=1474) из той же генеральной совокупности активных геймеров. Были получены средние оценки, квартили и стандартные отклонения по 19 шкалам опросника. Выборка по демографическим показателям и игровой активности (частоте проведения времени в играх) соответствует всем участвовавшим в предыдущих замерах.

2. Выделение групп игроков на основании выраженности разных эксплицитных мотивов

В данной части исследования методом дискриминантного анализа выявлялись группы игроков с разной выраженностью мотивов, которая определялась в предыдущих частях исследования. Анализ данных был проведен на той же выборке активных геймеров (N=1474), по которым были получены оценки на опросник по шкале Лайкерта. Также анализировались ответы на вопросы об игровых мотивах и поведении в играх, которые были заданы респондентам в этой части исследования.

3. Сравнение играющих и не играющих мужчин по степени выраженности тех или иных мотивов повседневной жизни

С целью сравнения выраженности эксплицитных мотивов у геймеров и не играющих мужчин опрос со шкалой «Эксплицитные мотивы повседневной жизни» был проведен на выборке мужчин (N=192), не играющих в компьютерные игры.

Результаты, полученные на этой выборке не играющих мужчин, сравнивались с выборкой мужчин-игроков (N=308), сопоставимой по размеру, со-

стоявшей из случайно выбранных респондентов из первичной выборки геймеров (N=1474).

Результаты

1. Оценка выраженности эксплицитных мотивов повседневной жизни у геймеров (N=1474) в формате шкалы Лайкерта.

В таблице 1 представлены средние ранги, а также графики распределения оценок по шкалам. Видно правостороннее смещение ответов на опросник (отражено на гистограммах в таблице 1). Это означает, что практически все перечисленное в этом списке является для игроков скорее интересным, чем не интересным. При этом видно, что некоторые мотивы все же получили более высокие оценки. Эти результаты согласуются с теми, что были получены ранее по шкале выборов: познавательные мотивы (познание, обучение), мотивы достижения (достижение, возможность выбора), мотивы встречи с новизной и необычностью.

Самыми выраженными эксплицитными мотивами игроков оказались мотивы обучения («учиться чему-то, улучшать навыки») и познания («узнавать что-то, получать информацию»). Таким образом, было выделено общее для игроков в игры такого типа – выраженная самоатрибутируемая познавательная мотивация. Так же ярко у них выражен мотив достижения («получить результат, достижения») Наименее выраженными мотивами оказались мотивы общения и взаимодействия с другими людьми, кооперации («общаться» и «делать что-то совместно с другими людьми»).

В дополнительном кросс-культурном исследовании, где принимали участие не только русскоговорящие, но также и англоговорящие участники из стран Северной Америки и Европы, описание результатов которого не вошли в настоящую статью, обнаружилось, что существенная выраженность познавательных эксплицитных мотивов объединяет игроков, независимо от географической и культурной принадлежности, и является скорее универсальной эксплицитной мотивацией мужской аудитории массовых онлайн-игр (Ivanova et al., 2016).

2. Выделение групп игроков в зависимости от выраженности тех или иных мотивов.

По степени выраженности тех или иных мотивов из 19 выделенных нами обобщенных мотивов повседневной жизни и по их сочетанию в мотивационном профиле мы выявили три группы игроков (см. табл. 2, рис. 1):

- 1) Игроки с мотивацией познания и достижения рационального типа (N=599) – это игроки с выраженными мотивами познания, обучения и достижения, но при этом не испытывающие потребность в переживании сильных эмоций. Эти респонденты отмечают как чрезвычайно интересные для себя ситуации, где они могут узнать что-то новое, чему-либо научиться, достичь результатов, при этом они демонстрируют более низкие оценки ситуаций, в которых они могут переживать эмоции, столкнуться с чем-то неожиданным.
- 2) Игроки с мотивацией неопределенного типа (N=234) – это игроки со сниженной выраженностью всех мотивов, особенно мотивов общения и взаимодействия с другими людьми (кооперации). Такие респонденты демонстрируют более низкие оценки, чем члены двух других групп, по всей шкале мотивов повседневной жизни. Им менее интересны ситуации познания, обучения и достижения, равно как и все остальные ситуации. При том, что этическая мотивация (стремление общаться и взаимодействовать с другими людьми) у игроков всех трех групп является выраженной слабее, чем другие виды мотивации, у игроков этой группы ее ценность получилась особенно низкой.
- 3) игроки с мотивацией познания и достижения эмоционального типа (N=628) – это игроки с выраженными мотивами познания, обучения и достижения, но при этом ищущие новизну, необычность, динамичность, необходимым компонентом их мотивации является стремление испытывать сильные эмоции. Интерпретируя эти данные, мы описываем эту группу как игроков, для которых познание нового должно быть ярким и впечатляющим, а положительные эмоции, которые являются неотъемлемой частью интереса, должны быть более интенсивными.

Табл. 1. Выраженность мотивов в повседневной жизни у игроков массовой многопользовательской онлайн-игры World of Warships (N=1474)

Мотивы	M (игроки)	SD	hist
Обучение	4.2	0.87	
Достижение	4.2	0.89	
Познание	4.2	0.88	
Возможность выбора	4.2	0.85	
Погружение в особую атмосферу	4.0	1.04	
Новизна	4.0	0.89	
Необычность	4.0	0.95	
Динамичность	3.9	0.90	
Эстетика	3.9	0.99	
Вызов, преодоление	3.8	0.93	
Понятность (задачи)	3.8	0.92	
Влияние	3.8	0.93	
Развлечение	3.7	0.88	
Неожиданность	3.7	1.01	
Сильные эмоции	3.6	1.01	
Ощущение масштабности (чего-л.)	3.6	1.06	
Кооперация	3.6	1.01	
Выгода	3.5	1.13	
Общение	3.5	1.03	

Table 1. Real life motives in the players of the online games World of Warships (N=1474)

Motives	M (players)	SD	hist
Training	4.2	0.87	
Achievement	4.2	0.89	
Cognition	4.2	0.88	
Choice	4.2	0.85	
Immersion with a special atmosphere	4.0	1.04	
Novelty	4.0	0.89	
Perception of Something Unusual	4.0	0.95	
Dynamics	3.9	0.90	
Esthetics	3.9	0.99	
Challenge	3.8	0.93	
Clear Goal	3.8	0.92	
Impact	3.8	0.93	
Entertainment	3.7	0.88	
Unexpected Situations	3.7	1.01	
Powerful emotions	3.6	1.01	
Feeling of something big and important	3.6	1.06	
Cooperation	3.6	1.01	
Profit	3.5	1.13	
Communication	3.5	1.03	

Как выяснилось в ходе дальнейшего анализа, игроки в этих группах значительно различаются по субъективной оценке своей успешности в игре, а также по стратегиям игрового поведения и игровой мотивации. Данные по субъективной оценке игроками своей успешности получены в результате анализа игроками своего места в командной статистике за определенный период времени (за последний месяц перед проведением исследования). Игро-

кам был задан вопрос: «Оцените приблизительно, на каком месте в команде вы чаще всего оказываетесь по итогам боя в командном рейтинге». Варианты ответа – двенадцать мест в командном рейтинге, из которых можно выбрать только одно. Это место в рейтинговой таблице – показатель успешности игроков, определяющийся по нескольким параметрам. Вопрос касался не конкретного места в рейтинге после конкретной игровой сес-

Табл. 2. Разделение игроков на группы методом дискриминантного анализа

Группы	Дискриминантная функция	
	1	2
1. N=599	-,416	,303
2. N=234	-3,009	-,331
3. N= 628	1,518	-,166

Table 2. Grouping players using discriminant analysis

Groups	Discriminant function	
	1	2
1. N=599	-,416	,303
2. N=234	-3,009	-,331
3. N= 628	1,518	-,166

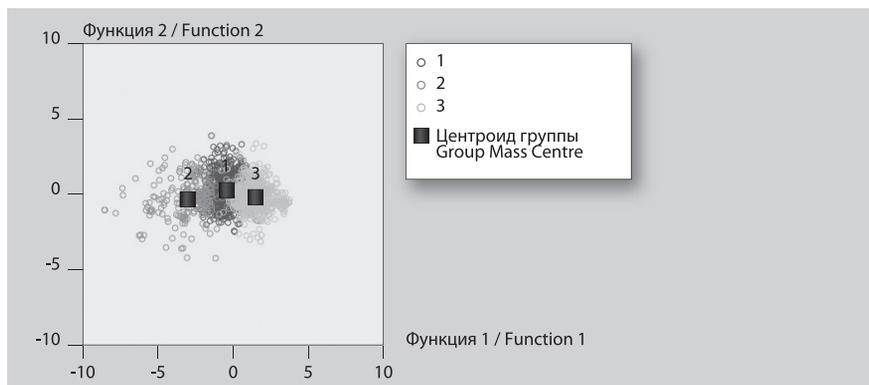
сии, а их усредненного представления о своей успешности. Далее их оценки сравнивались с их фактическим средним местом в командном рейтинге, который некоторое время доступен в записях логов игры. Таким образом, имелась возможность сравнивать субъективную и фактическую успешность испытуемых в игре. Так же в трех полученных группах сравнивались результаты ответов респондентов на вопросы «Что для вас является наиболее важным в играх?», «Что вы часто делаете в играх?».

Эти вопросы были заданы с целью рассмотрения игровых мотивов, игрового поведения и их связи с мотивами повседневной жизни. В результате у игроков с разными типами повседневной мотивации выявились разные особенности игровой мотивации и игрового поведения.

В группе 1 мотивация познания и достижения рационального типа – игроки чаще, чем представители двух других групп, считают важным в игре освоить тонкости стрельбы, научиться точно рассчитывать попадания, развивать игровые навыки (на уровне тенденции, Хи-квадрат Пирсона $\chi=5,14$, $p=0,07$).

В группе 2 мотивация неопределенного типа – игроки демонстрируют самую низкую самооценку своей успешности в игре и самую низкую оценку самой игры, по сравнению с представителями остальных групп.

В группе 3 мотивация познания и достижения эмоционального типа – у игроков выявилась значимо более высокая самооценка своей успешности, чем в других группах, причем, фактически они не отличаются по объективным пока-

**Рис. 1.** Три группы игроков по типу мотивации, полученные методом дискриминантного анализа (канонические дискриминантные функции)**Fig. 1.** Three groups of players based on motivation using discriminant analysis (canonical discriminant functions)

зателям успешности в игре (Хи-квадрат Пирсона $\chi=15,2$, $p<0,001$). Эти игроки значимо чаще считают важным в игре быть в гуще событий, получать максимум адреналина (Хи-квадрат Пирсона $\chi=6,4$, $p\leq 0,01$). Они значимо чаще представителей остальных групп отмечают, что в игре стараются быстрее развиваться до более высоких уровней (Хи-квадрат Пирсона $\chi=7,02$, $p<0,05$), ищут других игроков, с которыми можно познакомиться и играть вместе, вести командную игру, вырабатывать совместно общую тактику (Хи-квадрат Пирсона $\chi=11,72$, $p<0,01$).

3. Сравнение выборки мужчин-игроков с выборкой неиграющих мужчин по выраженности эмпирически выделенных 19 мотивов.

В этом сравнительном анализе рассматривались ответы по описанной выше шкале «Эксплицитные мотивы повседневной жизни» играющих мужчин ($n=308$, возраст от 14 до 70, средний возраст 37,8) и неиграющих мужчин ($n=192$, возраст от 14 до 70, средний возраст 35,4).

Игроки и неиграющие мужчины по выраженности эксплицитных мотивов оказались скорее схожи, чем различны. Самые высокие средние баллы в обеих группах оказались у познавательных мотивов и мотивов достижения («узнавать что-то», «учиться чему-то», «получать результат, достижения»). При этом значимые различия между группами все же были выявлены.

Более высокие средние значения по шкале Лайкерта отмечаются у неигра-

ющих мужчин в мотивах, связанных с общением и взаимодействием с другими людьми («общение и кооперация») (критерий Уилкоксона, $p\leq 0,01$), а также в мотивах, направленных на восприятие красоты, масштабности и грандиозности чего-либо (критерий Уилкоксона, $p\leq 0,001$). У игроков выше средние оценки мотивов, касающихся интересных ситуаций и связанных с понятностью задач, при этом у них значимо меньше выражен интерес к ситуациям, в которых они могут влиять на что-то (критерий Уилкоксона, $p\leq 0,01$).

С меньшим уровнем значимости, но все-таки различаются выборки игроков и неиграющих по выраженности интереса к ситуациям, в которых есть новизна и неожиданность (см. табл. 3). Эти ситуации более привлекательны для неиграющих, а у играющих, в сочетании с желанием иметь понятную задачу, зафиксирован более низкий интерес к новизне и неожиданности (критерий Уилкоксона, $p\leq 0,05$).

Выводы

Данное исследование не концентрируется на мотивации собственно гейминга, а отвечает на вопрос о мотивации игроков в целом. Но при этом подразумевается, что общая направленность влияет на выбор любой активности, в том числе и игр, в которые предпочитает играть человек, и то, что ему интересно делать в жизни, ему будет интересно реализовывать и в игре.

Мы получили перечень обобщенных эксплицитных мотивов в повседневной жизни игроков, отражающих их общую направленность. Были выявлены более предпочитаемые игроками ситуации или виды деятельности, которые они считают самыми интересными для себя. Их мы и рассматриваем как доминирующие мотивы для данной выборки – это те ситуации или виды деятельности, которые чаще всего выбирались игроками по шкале множественного выбора, или которые получили наиболее высокую среднюю оценку (средний ранг) по шкале Лайкерта.

Шкала демонстрирует удовлетворительную надежность измерения степени выраженности мотивов. Когда эта шкала предъявлялась другой группе респондентов из той же генеральной совокупности игроков в формате со шкалами множественного выбора, те же мотивы, которые получили самые высокие средние оценки по шкале Лайкерта, являлись самыми часто выбираемыми и в варианте со шкалами выбора.

Мы делаем вывод, что доминирующие мотивы игроков отражают культурные ценности современных активных мужчин трудоспособного возраста, и в целом универсальны для совокупности игроков в массовые онлайн-игры военной тематики.

Результаты сравнения выраженности мотивов у играющих и неиграющих показали особенности общей направленности тех и других мужчин, сходных по своим социально-демографическим параметрам. У последних более выражена этическая мотивация (выражает потребность человека в людях и социальных связях, направляет активность на их поиски), а также эстетическая мотивация (строится на основе взаимодействия гностических и этических мотивов, представляет собой наиболее сложный вид восприятия как наслаждения эстетическими свойствами объективной действительности) (Ананьев, 2001). Эти виды мотивации у играющих мужчин характеризуются меньшей выраженностью. Сниженные показатели мотивов общения и взаимодействия с людьми могут являться факторами, отчасти обуславливающими интерес этих людей к проведению времени в виртуальных мирах с виртуальным общением. Сниженная эстетическая

Табл. 3. Выраженность эксплицитных мотивов у играющих (N=308) и не играющих (N=192) мужчин

Мотивы	M (не игроки)	SD	M (игроки)	SD
Влияние	4.0*	0.90	3.8*	1.00
Познание	4.4	0.77	4.2	0.88
Обучение	4.2	0.78	4.2	0.88
Необычность	4.2*	0.86	3.9*	0.99
Новизна	4.1*	0.75	3.9*	0.94
Кооперация	3.7*	0.91	3.5*	1.02
Выгода	3.8*	1.00	3.5*	1.16
Возможность выбора	4.2	0.73	4.2	0.87
Сильные эмоции	3.8	1.04	3.6	0.97
Вызов, преодоление	3.9	0.85	3.8	0.91
Динамичность	3.9	0.78	3.9	0.88
Понятность (задачи)	3.6*	0.88	3.8*	0.94
Эстетика	4.2*	0.83	3.8*	1.05
Общение	3.9*	0.89	3.5*	1.06
Ощущение масштабности чего-л.	4.0*	1.01	3.5*	1.05
Погружение в особую атмосферу	3.7	1.14	3.9	1.04
Достижение	4.3	0.82	4.2	0.87
Развлечение	3.7	0.87	3.7	0.90
Неожиданность	3.5	0.91	3.6	1.05
Средний возраст по выборке	35.4	11.93	37.8	9.05

* Значимости определялись с помощью критерия Уилкоксона с поправкой на непрерывность.

Table 3. Explicit motives in male gamers (N=308), and male non-gamers (N=192)

Motives	M (non players)	SD	M (players)	SD
Training	4.0*	0.90	3.8*	1.00
Achievement	4.4	0.77	4.2	0.88
Cognition	4.2	0.78	4.2	0.88
Choice	4.2*	0.86	3.9*	0.99
Immersion with a special atmosphere	4.1*	0.75	3.9*	0.94
Novelty	3.7*	0.91	3.5*	1.02
Perception of Something Unusual	3.8*	1.00	3.5*	1.16
Dynamics	4.2	0.73	4.2	0.87
Esthetics	3.8	1.04	3.6	0.97
Challenge	3.9	0.85	3.8	0.91
Clear Goal	3.9	0.78	3.9	0.88
Impact	3.6*	0.88	3.8*	0.94
Entertainment	4.2*	0.83	3.8*	1.05
Unexpected Situations	3.9*	0.89	3.5*	1.06
Powerful emotions	4.0*	1.01	3.5*	1.05
Feeling of something big and important	3.7	1.14	3.9	1.04
Cooperation	4.3	0.82	4.2	0.87
Profit	3.7	0.87	3.7	0.90
Communication	3.5	0.91	3.6	1.05
Mean Age	35.4	11.93	37.8	9.05

* Significance was determined using the Wilcoxon test adjusted for continuity.

мотивация также может объяснять тот факт, что игроки предпочитают провести время в игре, а не, например, на прогулке в горах, лесах, по городским маршрутам с примечательной архитектурой. Меньшая склонность любоваться окружающей действительностью тоже может частично предопределять предпочтение

игровой деятельности как формы проведения досуга.

На этом фоне у игроков ярче выражено желание решать понятные задачи. Это может рассматриваться как желание гарантированно решить их, то есть быть успешными и чувствовать контроль над ситуацией.

Тот факт, что неиграющим мужчинам интереснее ситуации, связанные с общением и взаимодействием с другими людьми, переключаются с данными из интервью с игроками, которое проводится нами в настоящее время. Там они довольно часто отмечают, что предпочитают играть в игры в одиночном формате и редко говорят о том, что играют в игры

ми-то особенными членами современного общества. Их увлеченность играми означает скорее то, что они нашли удовлетворение своим потребностям в игре, чем то, что их потребности как-то существенно отличаются от потребностей неиграющих. Измеряя даже такую (эксплицитную) мотивацию, мы можем составить представление, какие потребно-

ны такие формы поведения, которые недоступны человеку в реальной жизни или которые он не решает воплотить. При этом, удовлетворение потребностей в достижении и познании в игре не означает, что человек не будет стараться удовлетворить эти потребности и в реальной жизни. Напротив, игровой опыт может обеспечить необходимую для формирования устойчивой мотивации достижения историю успеха. Такой положительный опыт может выработать у геймера определенные установки – осознание того, что можно и нужно пытаться делать что-то неоднократно, что настойчивость и желание довести дело до конца повлечет за собой положительные последствия и т.д. Результаты данного исследования показали, что геймеры не отличаются какими-либо выраженными специфическими эскапистскими мотивами или мотивами стимуляции. Игры привлекают их не в силу специфичности их повседневной жизненной мотивации. Ведущие мотивы геймеров совпадают с культурными ценностями современного информационного общества. Скорее, в компьютерных играх они нашли для себя дополнительную форму реализации своих мотивов.

Играющие мужчины по выраженности эксплицитных мотивов повседневной жизни не являются какими-то особенными членами современного общества. Их увлеченность играми означает скорее то, что они нашли удовлетворение своим потребностям в игре, чем то, что их потребности как-то существенно отличаются от потребностей неиграющих

ради общения. Любование прекрасным, ощущение масштабности и грандиозности трактуется нами как более высокая потребность неиграющих мужчин в соприкосновении с реальным миром, в котором, действительно, можно встретить такие объекты. То, что у играющих мужчин больше выражен интерес к понятным задачам, и им при этом менее интересно влиять на ситуацию, интер-

сти людей удовлетворяют современные игры, объяснить причины их популярности и широкого распространения. Мы видим, что появилась новая реальность, которая дает людям новые возможности.

Полученные данные относительно игровой мотивации и игрового поведения наших респондентов показывают также, что при наличии общего вектора на достижение и познание в повседневной

Эти выводы открывают большие возможности для объединения интересов игровой индустрии и системы образования. Если рассмотреть результаты множества исследований мотивации играющих людей становится очевидно, что в компьютерные игры (в частности в массовые онлайн-игры) будут продолжать играть, и в эту деятельность будет вовлекаться все больше людей. Исходя из этого, можно разрабатывать качественные обучающие и развивающие игры и делать их такими, что именно в них люди будут предпочитать играть. Они смогут стать достойной альтернативой исключительно коммерческим проектам. Обучение сможет отвечать запросам современного информационного общества: легкий доступ к ресурсам, быстрый результат действий, быстрый обмен информацией со множеством людей и т.п. Образование неизбежно придет к идее необходимости геймификации, которая может оказаться чрезвычайно полезной, причем, не только с точки зрения формы организации и доставки знаний. Велик потенциал развивающих возможностей самой игровой

Игровой опыт может обеспечить необходимую для формирования устойчивой мотивации достижения историю успеха. Такой опыт может выработать у геймера определенные установки – осознание того, что можно и нужно пытаться делать что-то неоднократно, что настойчивость и желание довести дело до конца повлечет за собой положительные последствия

претирруется нами как нежелание брать на себя дополнительный контроль над жизнью и нести добавочную ответственность, потому что, возможно, ее в их жизни и так достаточно. Это также переключается с данными из интервью, где многие игроки объясняют свой уход в игры желанием «отключиться» от реальности и отдохнуть от нее.

Познавательные мотивы и мотивы достижения у играющих и неиграющих мужчин оказались выраженными в равной степени высоко, что может быть обусловлено универсальностью и значимостью ценностей познания и достижения в современном обществе и, как следствие, являться своего рода культурно-ожидаемой, нормативной направленностью современного мужчины.

Таким образом, можно констатировать, что играющие мужчины по выраженности эксплицитных мотивов повседневной жизни не являются каки-

мотивации имеются разные группы игроков, для которых, помимо этих основных мотивов, есть и другие. Они разделяют игроков на три мотивационных типа. Игровые мотивы и игровое поведение у представителей этих типов различается. Очевидно, в одни и те же игры они могут играть для удовлетворения разных потребностей. Сопоставляя данные выраженности повседневной жизненной мотивации и игровой мотивации у игроков, можно провести анализ качества самой игры – насколько игра удовлетворяет потребности играющих людей, и какими средствами это достигается.

Подводя итог, можно предположить, что опыт геймерства может рассматриваться как положительный опыт, и что это занятие может носить компенсаторный характер – в игре могут быть удовлетворены те потребности, которые по разным причинам не могут быть удовлетворены в реальности. В игре возмож-

среды. Имеется огромное количество эмпирических данных о том, какие широкие возможности игровая реальность предо-

ставляет для развития самых разнообразных когнитивных, эмоциональных и социальных функций человека (Ferguson et

al., 2103; Buelow et al., 2015; Bowman et al., 2015; Harrington et al., 2016; Gabbiadini et al., 2017).

Литература:

- Аветисова А. А. Психологические особенности игроков в компьютерные игры // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2011. – Т. 8. – № 4. – С. 35–58.
- Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. – Санкт-Петербург: Питер, 2001.
- Богачева Н.В., Войсунский А.Е. Специфика когнитивных стилей и функции контроля у геймеров // Психологические исследования. – 2014. – Т. 7. – № 38. – С. 1.
- Войсунский А.Е. Направления исследований опосредствованной Интернетом деятельности // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2017. – № 1. – С. 51–66
- Зимбардо Ф., Коломбе Н. Мужчина в отрыве. Игры, порно и потеря идентичности. – Москва: Альпина Паблишер, 2017.
- Иванова Н.А., Артемов А.В., Волохонский В.Л., Дубик С.В. Мотивация онлайн-гейминга в контексте теории самодетерминации (SDT) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 16. Психология. Педагогика. – 2016. – № 2. – С. 47–58.
- Королева Н.Н. Экспансия виртуальности // *Universum*: Вестник Герценовского университета. – 2011. – № 9. – С. 76–78.
- Круглов В.Г. ИмPLICITные и эксплицитные ценности в общей схеме анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 16. Психология. Педагогика. – 2007. – Вып. 2. – Ч. 1. – С. 139–149.
- Солдатова Г.У., Теславская О.И. Видеоигры, академическая успеваемость и внимание: опыт и итоги зарубежных эмпирических исследований детей и подростков // Современная зарубежная психология. – 2017. – Том 6. – № 4. – С. 21–28.
- Bowman, N. D., Kowert, R., & Ferguson, C. J. (2015). The Impact of Video Game Play on Human (and Orc) Creativity. *Chapter in book Video Games and Creativity*. Elsevier inc. doi: 10.1016/B978-0-12-801462-2.00002-3
- Brunstein J. C., Schmitt C. H. (2004). Assessing individual differences in achievement motivation with the Implicit Association Test. *Journal of Research in Personality*, 38(6), 536–555. doi: 10.1016/j.jrp.2004.01.003
- Buelow, M.T., Okdie, B. M., Cooper, A. B. (2015). The influence of video games on executive functions in college students. *Computers in Human Behavior*, 45, 228–234. doi: 10.1016/j.chb.2014.12.029
- Demetrovics Z., Urban R., Nagygyorgy K., Farkas J., Zilahy D., Mervo B., Reindl A., Agoston C., Kertesz A., & Harmath E. (2011). Why do you play? The development of the motives for online gaming questionnaire (MOGQ). *Behavior Research Methods*, 43(3), 814–825. doi: 10.3758/s13428-011-0091-y
- Evans M. A., Norton A. Chang M., Deater-Deckard K., & Balci O. (2013). Youth and video games-Exploring effects on learning and engagement. *Zeitschrift für Psychologie. Journal of Psychology*, 221(2), 98–106. doi: 10.1027/2151-2604/a000135
- Ferguson C.J., Garza A., Jerabeck J., Ramos R., & Galindo M. (2013). Not Worth the Fuss After All? Cross-sectional and Prospective Data on Violent Video Game Influences on Aggression, Visuospatial Cognition and Mathematics Ability in a Sample of Youth. *Journal of Youth and Adolescence*, 42(1), 109–122. doi: 10.1007/s10964-012-9803-6
- Gabbiadini, A., & Greitemeyer, T. (2017). Uncovering the association between strategy video games and self-regulation: A correlational study. *Personality and Individual Differences. Volume*, 104, 129–136. doi: 10.1016/j.paid.2016.07.041
- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. C. M. E. (2014). The Benefits of Playing Video Games. *American Psychologist*, 69(1), 66–78. doi: 10.1037/a0034857
- Hainey, T., Connolly, T., Stansfield, M., & Boyle, E. (2011). The differences in motivations of online game players and offline game players: A combined analysis of three studies at higher education level. *Computers and Education*, 57(4), 2197–2211. doi: 10.1016/j.compedu.2011.06.001
- Harrington, B., & O'Connell, M. (2016). Video games as virtual teachers: Prosocial video game use by children and adolescents from different socioeconomic groups is associated with increased empathy and prosocial behavior. *Computers in Human Behavior*, 63, 650–658. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.062
- King D. L., & Delfabbro P.H. (2014). The cognitive psychology of Internet gaming disorder. *Clinical Psychology Review*, 34, 298–308. doi: 10.1016/j.cpr.2014.03.006
- Koroleva N.N. (2011). The Expansion of Virtuality. [*Universum: Vestnik Gertsenovskogo Universiteta*], 9, 76–78.
- McClelland, D. C., Koestner, R., & Weinberger, J. (1989). How do self-attributed and implicit motives differ? *Psychol. Rev.*, 96, 690–702.
- Prot, S., Anderson, C. A., Gentile, D. A., Brown, S. C., & Swing, E. L. (2014). The positive and negative effects of video game play, In A. Jordan & D. Romer (Eds.). *Media and the Well-Being of Children and Adolescents*. New York: Oxford University Press, 109–12.
- Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2017). A Large-Scale Test of the Goldilocks Hypothesis: Quantifying the Relations Between Digital-Screen Use and the Mental Well-Being of Adolescents. *Psychological Science*, 28(2), 204–215. doi: 10.1177/0956797616678438
- Sevin, R., & De Camp, W. (2016). From playing to programming: The effect of video game play on confidence with computers and an interest in computer science. *Sociological Research Online*, 21(3), 31. Article number 16. doi: 10.5153/sro.4082
- Sjblom, M. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985–996. doi: 10.1016/j.chb.2016.10.019
- Snodgrass, J. G., Dengah, H. J. F., Lacy M. G., Bagwell A., Van Oostenburg M., & Lende, D. (2017). Online gaming involvement and its positive and negative consequences: A cognitive anthropological “cultural consensus” approach to psychiatric measurement and assessment, *Computers in Human Behavior*, 66, 291–302.

- Sublette, V. A., & Mullan, B. (2012). Consequences of Play: A Systematic Review of the Effects of Online Gaming. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(1), 3–23. doi: 10.1007/s11469-010-9304-3
- Uttal, D. H., Meadow, N. G., Tipton, E., Hand, L. L., Alden, A. R., Warren, C., & Newcombe, N. S. (2013). The malleability of spatial skills: A meta-analysis of training studies. *Psychological Bulletin*, 139, 352–402. doi: 10.1037/a0028446
- Yee, N. (2007). Motivations for Play in Online Games. *CyberPsychology and Behavior*, 9(6), 772–775. doi: 10.1089/cpb.2006.9.772
- Yee, N., Ducheneaut, N., & Nelson, L. (2012). Online Gaming Motivations Scale. *Development and Validation, Proceedings of CHI*, 2803–2806. doi: 10.1145/2207676.2208681

References:

- Ananiev B.G. (2001). Man as a subject of knowledge. St. Petersburg, Piter.
- Avetisova A.A. (2011). Psychological features of players in computer games. [*Psikhologiya. Zhurnal Vyshey Shkoly Ekonomiki*], 8(4), 35–58.
- Bogacheva N.V., & Voiskunsky A.E. (2014). Specific features of cognitive styles and control functions for gamers. [*Psikhologicheskie issledovaniya*], 7(38), 1.
- Bowman, N. D., Kowert, R., & Ferguson, C. J. (2015). The Impact of Video Game Play on Human (and Orc) Creativity. *Chapter in book Video Games and Creativity*. Elsevier inc. doi: 10.1016/B978-0-12-801462-2.00002-3
- Brunstein J. C., Schmitt C. H. (2004). Assessing individual differences in achievement motivation with the Implicit Association Test. *Journal of Research in Personality*, 38(6), 536–555. doi: 10.1016/j.jrp.2004.01.003
- Buelow, M.T., Okdie, B. M., Cooper, A. B. (2015). The influence of video games on executive functions in college students. *Computers in Human Behavior*, 45, 228–234. doi: 10.1016/j.chb.2014.12.029
- Demetrovics Z., Urban R., Nagygyorgy K., Farkas J., Zilahy D., Mervo B., Reindl A., Agoston C., Kertesz A., & Harmath E. (2011). Why do you play? The development of the motives for online gaming questionnaire (MOGQ). *Behavior Research Methods*, 43(3), 814–825. doi: 10.3758/s13428-011-0091-y
- Evans M. A., Norton A. Chang M., Deater-Deckard K., & Balci O. (2013). Youth and video games-Exploring effects on learning and engagement. *Zeitschrift für Psychologie. Journal of Psychology*, 221(2), 98–106. doi: 10.1027/2151-2604/a000135
- Ferguson C.J., Garza A., Jerabeck J., Ramos R., & Galindo M. (2013). Not Worth the Fuss After All? Cross-sectional and Prospective Data on Violent Video Game Influences on Aggression, Visuospatial Cognition and Mathematics Ability in a Sample of Youth. *Journal of Youth and Adolescence*, 42(1), 109–122. doi: 10.1007/s10964-012-9803-6
- Gabbiadini, A., & Greitemeyer, T. (2017). Uncovering the association between strategy video games and self-regulation: A correlational study. *Personality and Individual Differences. Volume*, 104, 129–136. doi: 10.1016/j.paid.2016.07.041
- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. C. M. E. (2014). The Benefits of Playing Video Games. *American Psychologist*, 69(1), 66–78. doi: 10.1037/a0034857
- Hainey, T., Connolly, T., Stansfield, M., & Boyle, E. (2011). The differences in motivations of online game players and offline game players: A combined analysis of three studies at higher education level. *Computers and Education*, 57(4), 2197–2211. doi: 10.1016/j.compedu.2011.06.001
- Harrington, B., & O'Connell, M. (2016). Video games as virtual teachers: Prosocial video game use by children and adolescents from different socioeconomic groups is associated with increased empathy and prosocial behavior. *Computers in Human Behavior*, 63, 650–658. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.062
- Ivanova N.A., Artemov A.V., Volokhonsky V.L., & Dubik S.V. (2016). Motivation for online gaming in the context of the theory of self-determination (SDT). [*Vestnik St. Petersburgskogo Universiteta*]. Series 16. Psychology. Pedagogy, 2, 47–58.
- Ivanova N. A., Ledovaya Y. A., & Artemov A. V. (2016). Real-life learning motives у online games players. [*Sed'maya mezhdunarodnaya konferentsiya po kognitivnoy nauke. Tezisy dokladov*], 45–46.
- King D. L., & Delfabbro P.H. (2014). The cognitive psychology of Internet gaming disorder. *Clinical Psychology Review*, 34, 298–308. doi: 10.1016/j.cpr.2014.03.006
- Koroleva N.N. (2011). The Expansion of Virtuality. [*Universum: Vestnik Gertsenovskogo Universiteta*], 9, 76–78.
- Kruglov V.G. (2007). Implicit and explicit values in the general scheme of analysis. [*Vestnik St. Petersburgskogo Universiteta*]. Series 16. Psychology. Pedagogy. 2, Part 1, 139–149.
- McClelland, D. C., Koestner, R., & Weinberger, J. (1989). How do self-attributed and implicit motives differ? *Psychol. Rev.*, 96, 690–702.
- Prot, S., Anderson, C. A., Gentile, D. A., Brown, S. C., & Swing, E. L. (2014). The positive and negative effects of video game play, *In A. Jordan & D. Romer (Eds.). Media and the Well-Being of Children and Adolescents*. New York: Oxford University Press, 109–12.
- Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2017). A Large-Scale Test of the Goldilocks Hypothesis: Quantifying the Relations Between Digital-Screen Use and the Mental Well-Being of Adolescents. *Psychological Science*, 28(2), 204–215. doi: 10.1177/0956797616678438
- Sevin, R., & De Camp, W. (2016). From playing to programming: The effect of video game play on confidence with computers and an interest in computer science. *Sociological Research Online*, 21(3), 31. Article number 16. doi: 10.5153/sro.4082
- Sjblom, M. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985–996. doi: 10.1016/j.chb.2016.10.019
- Snodgrass, J. G., Dengah, H.J. F., Lacy M. G., Bagwell A., Van Oostenburg M., & Lende, D. (2017). Online gaming involvement and its positive and negative consequences: A cognitive anthropological “cultural consensus” approach to psychiatric measurement and assessment, *Computers in Human Behavior*, 66, 291–302.
- Soldatova G.U., & Teslavskaya O.I. (2017). Video games, academic performance and attention: the experience and results of foreign empirical studies of children and adolescents. [*Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya*], 6(4), 21–28.
- Sublette, V. A., & Mullan, B. (2012). Consequences of Play: A Systematic Review of the Effects of Online Gaming. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(1), 3–23. doi: 10.1007/s11469-010-9304-3

- Uttal, D. H., Meadow, N. G., Tipton, E., Hand, L. L., Alden, A. R., Warren, C., & Newcombe, N. S. (2013). The malleability of spatial skills: A meta-analysis of training studies. *Psychological Bulletin*, 139, 352–402. doi: 10.1037/a0028446
- Voyskunsky A.E. (2017). Areas of research mediated Internet activities. [*Vestnik Moskovskogo Universiteta*], Series 14. Psychology, 1, 51–66.
- Yee, N. (2007). Motivations for Play in Online Games. *CyberPsychology and Behavior*, 9(6), 772–775. doi: 10.1089/cpb.2006.9.772
- Yee, N., Ducheneaut, N., & Nelson, L. (2012). Online Gaming Motivations Scale. *Development and Validation, Proceedings of CHI*, 2803–2806. doi: 10.1145/2207676.2208681
- Zimbaro F., & Colombe N. (2017). Man in isolation. Games, porn and loss of identity. Moscow, Alpina Publisher.