

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2022.33.85.023

Стереотип «несерьезности» компьютерных игр в условиях геймификации современного общества

Норманский Никита Сергеевич

Аспирант,
специалист научного отдела,
Крымский университет культуры, искусств и туризма,
295017, Российская Федерация, Симферополь, ул. Киевская, 39;
e-mail: nickita.normanskij@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается стереотип «несерьезности» компьютерных игр. Обращаясь к концепции игровой культуры и труду Й. Хейзинга «Homo ludens», можно прийти к выводу, что игра оказывает первичное влияние на развитие человечества. На примере теории поколений Н. Хоува и У. Штрауса можно наблюдать влияние индустрии компьютерных игр на каждое новое поколение. Благодаря игровым механизмам геймификации, которые после 2010 года стали чаще использовать для увеличения продуктивности в различных сферах человеческой деятельности, автор предлагает отказаться от разделения на «серьезные» и «несерьезные» увлечения в эпоху цифровизации. Принятие игры как основы культуры зависит от самого человека и его желания оценить данную действительность. Для сознания некоторых людей это может иметь негативные последствия, поскольку до недавнего времени человек воспринимал мир, преимущественно опираясь на собственные ощущения. Исходя из этого у концепции игровой культуры и ее составных частей, таких, как геймификация, присутствует множество критиков. Однако, по нашему мнению, именно благодаря восприятию игровой реальности перед человеком появляется возможность взаимодействия со многими известными ранее процессами в новом формате.

Для цитирования в научных исследованиях

Норманский Н.С. Стереотип «несерьезности» компьютерных игр в условиях геймификации современного общества // Культура и цивилизация. 2022. Том 12. № 1А. С. 198-206. DOI: 10.34670/AR.2022.33.85.023

Ключевые слова

Геймификация, феномен «несерьезности», цифровизация, компьютерная игра, игровая культура, теория поколений.

Введение

Актуальность данной статьи обусловлена постоянно возрастающим спросом на компьютерные игры. Так, согласно исследованиям, которые провела компания «Яндекс» в 2019 году, в России увеличилось количество населения, которое предпочитает проводить свое свободное время за компьютерными играми. При этом специалисты отмечают рост целевой аудитории игроков – в 2019 году средний возраст игрока составил 36 лет [Яндекс-аналитика, 2019, www]. Опираясь на более свежие данные, которые в 2021 году предоставил сервис «Билайн.аналитика», мы можем прийти к выводу, что на текущий момент количество геймеров в стране увеличивается, поскольку россияне стали тратить на компьютерные и консольные видеоигры на 35% больше трафика [Воронова, 2022, www]. Знаковым событием, подтверждающим увеличения спроса на игровой продукт, стал финал киберспортивного турнира The International 10, в который вышли китайская команда LGD Gaming и российская Team Spirit. По итогам пяти сыгранных матчей победу одержала команда Team Spirit, представители которой стали первыми победителями The International, представляющими Российскую Федерацию. Победа Team Spirit была широко освещена в государственных СМИ, а за самим финалом наблюдало рекордное количество онлайн-зрителей (более 2 миллионов человек), среди которых была значительная часть из России [Esports Charts, 2021, www].

Тем не менее, общественное мнение до конца не избавилось от стереотипного представления о «несерьезности» компьютерных игр. Особенно четко это просматривается в существующем конфликте поколений в отношении восприятия игры: чем старше человек становится, тем более скептически он относится к играм в их традиционном понимании. Это также подтверждает исследование «Яндекс», в котором специалисты отмечают низкий спрос на компьютерные игры у аудитории старше 45 лет, и практически полное его отсутствие у людей категории «55+» (люди, родившиеся в 1964 году и раньше) [Яндекс-аналитика, 2019, www].

Таким образом, объектом нашего исследования выступает процесс геймификации современного общества.

Предметом исследования является общественный стереотип «несерьезности» компьютерных игр.

Цель данной статьи заключается в развенчании стереотипа «несерьезности» компьютерных игр, средствами апелляции к игровой культуре, теории поколений, а также цифровизации и геймификации современного общества.

Основная часть

С необходимостью отметим, что негативное отношение к компьютерным играм у вышеуказанных возрастных групп, по нашему мнению, вполне вероятно связано с достаточно тяжелым послевоенным периодом отечественной истории, который охарактеризовался восстановлением экономики и инфраструктуры. Кроме этого, также стоит отметить социально-экономические проблемы, с которыми столкнулись люди того времени: жилищный кризис, небольшая заработная плата, большое вовлечение в производство женщин и прочее. Характерным описанием той эпохи является советский лозунг «Труд в СССР есть дело чести, славы, доблести и геройства!», произнесенный И.В. Сталиным еще задолго до событий Второй мировой войны – в 1930 году. При этом труд советским человеком автоматически противопоставлялся праздному времяпрепровождению. Даже увлечения подростков в те времена должны были быть связаны с идеей принесения пользы обществу – механика и

моделирование, кройка и шитье, рыбалка и садоводство. Постепенно с увеличением качества жизни интересы молодежи Советского Союза стали расширяться – активно стали развиваться нумизматика и филателия; стали доступными грампластинки советской студии «Мелодия»; постепенно стало увеличиваться количество творческих кружков, спортивных школ, секций и т.д. Тенденция изменения увлечений под влиянием эпохи прослеживается и по сей день, когда пользу компьютерных игр для современного общества часто ставят под вопрос. Анализируя тренды общественного мнения, транслируемые современным телевидением, мы можем прийти к выводу, что общественные деятели все чаще противопоставляют компьютерные игры труду, считая их бесполезным, а иногда и вредным увлечением. Например, глава «Лиги безопасного интернета» Е. Мизулина расценивает компьютерные игры, как «один из видов опасного контента», указывая увлечение компьютерными играми одной из основных причин стрельбы в гимназии № 175 г. Казань. В свою очередь, депутат Государственной думы Е. Марченко в 2018 году призвал запретить не только компьютерные игры, но и сайты, которые им посвящены [Афонькин, 2018, www]. С учетом того, что помимо вышеуказанных лиц за последние пять лет к критике компьютерных игр обращались такие известные политические и общественные деятели, как В. Милонов, Г. Онищенко, О. Михеев, М. Кожевникова и другие, можно сделать вывод о том, что некая часть общества не рассматривает индустрию компьютерных игр как уникальный независимый экономический сектор, способный приносить прибыль государству.

По нашему мнению, эта позиция является неперспективной по некоторым причинам. Во-первых, изменение увлечений в обществе происходит постоянно в соответствии с требованиями эпохи. В ретроспективе это хорошо просматривается в увлечениях населения Советского Союза – например, успехи отечественных шахматистов, которые начиная с 1948 года на протяжении 24 лет становились чемпионами мира, повлиял на «шахматный бум» в СССР, пик которого пришелся на 60-е годы XX века. После полета Юрия Гагарина в космос в 1961 году, люди стали массово увлекаться космической тематикой. С началом эпохи Перестройки население страны стало увлекаться рок-культурой, которую до 1980-х годов было принято считать андеграундной. Компьютерные игры соответственно также демонстрируют тренды информационной эры, для которой характерна повсеместная цифровизация многих сфер человеческой деятельности, в том числе и отдельных увлечений. Во-вторых, в исследованиях таких российских специалистов, как Борисов Л.А., Вершицкая Н.А., Гимельштейн Е.А., Годван Д.Ф., Гусарова Т.И., Жидкова М.А., Князева А.А., Коваленко Б.Б., Курганова Н.А., Просвирина Н.В., Стецкая Д.В., Чунихин А.А. и многих других доказано благоприятное воздействие механик компьютерных игр не только на игрока, но и на различные сферы человеческой деятельности. Иначе говоря, игра несколько не обесценивает труд, но наоборот, позволяет посмотреть на уже знакомые процессы с новой, необычной точки зрения, тем самым создавая возможности для увеличения производства.

Обратим внимание на то, что игра присутствует в жизни человека с самого рождения. С младенчества ребенка учат играючи познавать жизнь и развиваться, и впоследствии игра, как форма дидактики, используется в детском саду и начальной школе. При этом для игрового обучения закономерно то, что чем старше становится ребенок, тем более многофункциональными и разнообразными становятся игры. Как правило, большинство родителей стараются тем или иным образом постепенно отучить своих детей от игр в подростковом возрасте. Безусловно, дети продолжают играть дома, но если игры в 10 лет воспринимаются в обществе с пониманием, то пятнадцатилетнего подростка взрослые могут уже пожуричь, поскольку в глазах общественности, в этот период времени следует заниматься более серьезными делами, например, планированием своей будущей профессии. Таким

образом, поддерживается общественное мнение о том, что чем старше человек становится, тем у него меньше времени на игры. При этом стоит отметить, что в последнее время данная точка зрения также стала подвергаться критике в продуктах массовой культуры. В качестве одного из таких примеров можно привести рекламный ролик банка «Хоум Кредит», сюжет которого построен на конфликте интересов поколений. В частности, в одном из фрагментов ролика молодой парень покупает себе игровой руль для персонального компьютера, а двое мужчин среднего возраста, образы которых намекают на их пристрастие к рыбалке, скептически задают ему вопрос: «Ну что за детский сад?». В своем интервью авторы ролика отмечают, что смысл рекламы заключается в готовности банка поддержать своего клиента при покупке любого товара.

Культурологическая концепция игровой культуры развеивает стереотип «несерьезности» игр. Основными представителями данного подхода выступают нидерландский историк и философ Йохан Хейзинга, немецкий философ Ойген Финк, испанский философ и публицист Хосе Ортега-и-Гассет и другие.

Ключевой работой для данного исследования выступает трактат Й. Хейзинга «Homo ludens» (от лат. – «Человек играющий»). В ней впервые культура раскрылась как продукт игры. Согласно исследованиям Й. Хейзинга, культура намного моложе самой игры, и является ее продуктом. Человек постоянно находится в процессе игры в контексте социального взаимодействия, но вопрос, насколько сильно он сам ощущает это, остается открытым [Хейзинга, 2003, тут и далее]. По нашему мнению, именно от восприятия человеком того факта, что он всегда находится в состоянии игры, зависит его отношение к современным играм (в том числе и компьютерным).

Определенной объективной оценки игры достигнуть невозможно, поскольку существует множество мнений вокруг игровой культуры в целом. Далеко не каждый человек согласен принять тот факт, что вся его человеческая деятельность является игрой, оттого сами игры в его восприятии расцениваются, как «нечто несерьезное, недостойное внимания взрослого человека». В связи с этим резко снижается значимость игры: человек начинает самостоятельно выставлять некие возрастные критерии и ограничения, на основании которых и основывается массовое мнение о «несерьезности».

Стоит отметить, что несмотря на то, что многие из идей, изложенных Й. Хейзингой до сих пор являются актуальными, трактат «Homo ludens» был опубликован в начале XX века и не до конца соответствует современным реалиям, поскольку одной из особенностей XXI века стал игровой рынок – уникальный культурно-экономический феномен. Именно благодаря игровому рынку в США первыми отказались от стереотипа игры как несерьезного увлечения, начав создавать игровой продукт, который смог бы заинтересовать различные возрастные группы.

Влияние технической революции и развития игровой индустрии на человека прослеживаются в концепции социологической теории, разработанной в 1991 году американскими учеными Нилом Хоувом и Уильямом Штраусом, которые разделили на четыре поколения жителей США. Поскольку, игровая индустрия зародилась именно в этой стране, то ее использование достаточно уместно для определения основных этапов воздействия технологий на каждое новое поколение. Всего теория Хоува-Штрауса выделяет четыре поколения:

Бумеры (люди, родившиеся с 1946 по 1964 гг.) – это поколение людей, которое родилось до компьютерной революции, а соответственно и до появления компьютерных игр. Являются консерваторами, предпочитают работать в коллективе, слабо развит индивидуализм. Несмотря

на цифровизацию общества, данное поколение по-прежнему отдает предпочтение более традиционным средствам обмена (почта, телефон) и сохранения (записная книжка, блокнот) информации.

Поколение X (с 1965 по 1980 гг.). Именно во времена рождения и становления людей из данного временного отрезка, создаются и появляются первые компьютеры, аркадные автоматы и компьютерные игры. Изначально они являются потребителями игровой культуры, а впоследствии благодаря своей технологической осведомленности начинают самостоятельно формировать игровой рынок, развивая компьютерные игры, создавая новые жанры, превращая игру в нечто, способное оказать влияние на культуру определенной страны. Характерными особенностями этого периода принято считать то, что компьютерные игры начинают отображаться в массовой культуре – персонажи компьютерных игр становятся узнаваемыми в большей части мира, по мотивам игр начинают снимать первые фильмы и мультфильмы, играм посвящают песни, уделяют внимание в СМИ.

Миллениалы (с 1981 по 1996 гг.) родились в эпоху развития компьютерных технологий, когда благодаря здоровой конкуренции между различными разработчиками и техниками создаются все более мощные компьютерные модели. Миллениалы в США вырастают вместе с технологиями и становятся первым поколением Интернета. Именно начиная с этого поколения, которое придерживается либеральных взглядов, мы можем наблюдать постепенный отказ от СМИ в традиционной форме – миллениалы отдают предпочтение стриминговым платформам. Впоследствии это поколение присоединяется к технической революции, выводя игровой рынок на пиковую форму, которую мы можем наблюдать в XXI веке.

Зумеры (с 1997 по 2012) – это полностью цифровое поколение, у которого с самого детства есть смартфоны и другие гаджеты. Дети поколений X и миллениалов, зумеров, часто критикуют за зависимость от компьютерных игр и Интернета. Они относятся достаточно привередливо к игровому рынку, поскольку он переполнен реалистичным и качественным товаром. Они начинают зарабатывать на социальных сетях и играх еще в школьные годы, чего не удавалось достигнуть предыдущим поколениям. Большинство киберспортсменов – это зумеры. Н. Хоув и У. Штраус считают, что именно зумеры в будущем воссоединятся для создания новых институтов, что запустит процесс поколений по-новому и воспроизведет на мир новое поколение с сильными социальными институтами и слабо выраженной индивидуальностью.

Американская цикличность поколений позволяет продемонстрировать, как игра, которая согласно Й. Хейзинге, не является материальным интересом, превратилась в экономически прибыльную сферу деятельности. Несмотря на то, что теорию смены поколений Хоува-Штрауса часто подвергают критике, отмечая, что она слишком обобщена и не учитывает таких вещей, как раса, пол или разницу возраста у одного поколения (цикл каждого поколения – 15 лет), эта концепция смены поколений в связи с технологическим прогрессом является одной из самых популярных.

Опираясь на возрастную классификацию Хоува-Штрауса, можно проследить четкую взаимосвязь между сменой поколений и их отношением к компьютерным играм. В США уже к концу XX века игры стали рассматривать, как отдельную сферу экономики, которая может приносить прибыль. В начале XXI века наблюдается положительная тенденция расширения возрастной аудитории геймеров в Европе, Австралии и некоторых странах Азии. Начиная с 2010 года, данная тенденция стала распространяться и на Российскую Федерацию. Так, если в начале 2000-х группа из взрослых людей, посещающих игровые клубы с целью поиграть по сети в «Counter-Strike», заметно выделялась (происходил диссонанс между традиционными

социальными устоями и тем, что немного не вписывалось в увлечения взрослого человека), то в 2022 году средний возраст российского геймера составляет 36,5 лет. Несмотря на это, в Российской Федерации нет единой классификации, аналогичной подходу Хоува-Штрауса. Наиболее распространенной ее версией принято считать этапы, установленные социологом В. Радаевым: мобилизационное поколение (1941-1956 гг.), поколение оттепели (1956-1964 гг.), поколение застоя (1964-1984 гг.), реформенное поколение (1985-1999 гг.) и миллениалов (1999-2016 гг.). Однако данная классификация в первую очередь вызвана не технологическими, а политическими изменениями [Радаев, 2017, www].

Со сменой поколений происходит смена приоритетов, и уже сейчас можно отметить тот факт, что игровая культура в Российской Федерации активно развивается. Главным показателем, который подтверждает это утверждение, является применение механизмов геймификации в различных сферах человеческой деятельности. Геймификация подразумевает под собой подход, который позволяет применить игровые механики в неигровых ситуациях. В первую очередь геймификация в отечественной практике используется для повышения вовлеченности и увеличения конкурентоспособности в таких сферах человеческой деятельности, как наука и образование, менеджмент и управление персоналом, туристический бизнес и СМИ. Большинство механизмов геймификации заимствуются из механик компьютерных игр. Самый известный из таких механизмов – это рейтинговая таблица, которую можно применять, в качестве одного из подходов в образовании, или для увеличения эффективности работы сотрудников. Очки в рейтинговой таблице присваиваются «игрокам» за прохождение заданных уровней (например, этапы выполнения определенного проекта в фирме). При этом повышение уровня сотрудника или студента не только предусматривает продвижение по рейтинговой таблице, но и вручение наград.

Каждый уровень подразумевает выполнение поставленной задачи и устранения трудностей, которые предшествуют ее решению. Таким образом человек, который внедрен в среду геймификации, сталкивается с квестами (заданиями). Решать данные квесты можно как коллективно, так и в одиночку, при этом при решении той или иной задачи не всегда ценятся индивидуальные качества, но наоборот, требуется командное мышление.

Помимо этого, дополнительные баллы можно получить или потерять при наличии определенных условий. В качестве примера можно привести следующие:

- перед человеком стоит задача уложиться в определенные временные рамки в решении определенного вопроса;
- человеку необходимо получить дополнительные достижения, которые задаются в самом начале (например, при выполнении поставленной задачи необходимо задействовать все элементы, которые присутствуют на рабочем столе);
- для успешного прохождения конкретного этапа человек должен коллекционировать определенные внутриигровые предметы (различные ключи, записки, подсказки);
- при наиболее выгодном выполнении задач игрокам необходимо взаимодействовать с командой соперников.

В результате внедрения игровых механик геймификации в те сферы человеческой деятельности, которые традиционно принято считать «неигровыми» (например, военный, риелтор или политолог), человек, увлеченный получением определенных внутриигровых достижений, в действительности получает новые знания и опыт. В тот же момент цифровизированный рынок труда запрашивает новые профессии, такие, как художник компьютерных игр, архитектор виртуальной реальности, игровой тренер, куратор виртуального

музея, где уже встроены игровой подход для решения тех или иных задач.

Внедряя механики геймификации в бизнес или учебу, современный человек убеждается в том, что прогресс зависит от компьютерных технологий, составляющей частью которых являются и компьютерные игры. В условиях технологического прогресса и основ концепции игровой культуры разделение на «серьезное» и «несерьезное» в отношении того или иного компьютерного феномена, становится фиктивным, что можно предположительно назвать одним из новых взглядов, которым будут руководствоваться преемники «зумеров». Достаточно сложно сформировать какие-либо прогнозы, которые будут касаться особенностей следующего поколения, временные рамки рождения которого, согласно классификации Н. Хоува и У. Штрауса, приходятся на 2013–2027 гг.

В рамках данной работы можно предположить, что дальнейшее развитие человечества тесно связано с осмыслением игровой культуры, которая создаст возможность взаимодействия с разнообразными сферами жизни, соединяя вещи, на первый взгляд, несоединимые между собой. Именно благодаря осознанию такого явления, как игра, мы получаем культуру в традиционных для нас форме и понимании. Кроме того, технологическое развитие будущего в значительной мере будет зависеть от успешности применения игровых механик в производстве.

Заключение

В завершение необходимо отметить, что принятие игры как основы культуры зависит от самого человека и его желания оценить данную действительность. Для сознания некоторых людей это может иметь негативные последствия, поскольку до недавнего времени человек воспринимал мир, преимущественно опираясь на собственные ощущения. Исходя из этого, у концепции игровой культуры и ее составных частей, таких, как геймификация, присутствует множество критиков. Однако, по нашему мнению, именно благодаря восприятию игровой реальности перед человеком появляется возможность взаимодействия со многими известными ранее процессами в новом формате.

На текущий момент невозможно в полной мере раскрыть все ключевые характеристики игры, поскольку она меняется на фоне мировых изменений, созданных самой игрой. Тем не менее, некоторые прогнозы по человеческой реальности можно дать уже сейчас, отталкиваясь от теории эволюции, согласно которой человек под воздействием природной среды был вынужден к ней приспосабливаться. Например, из-за необходимости адаптации к открытым ландшафтам человек стал передвигаться только на двух ногах и т.д.

Сейчас человек также вынужден приспосабливаться к условиям, которые вызвала пандемия COVID-19. Это подтверждает не только увеличение количества времени, которое проводит человек в виртуальной реальности, но и массовой цифровизацией всей человеческой деятельности. Заимствуя все больше механик из виртуального мира, человек открывает для себя спектр новых возможностей в саморазвитии.

Библиография

1. Афонькин С. Депутат Марченко: «Чтобы трагедия Керчи не повторилась, нужно ужесточить оружейное законодательство». URL: <https://spbdnevnik.ru/news/2018-10-17/deputat-marchenko-chtoby-tragediya-v-kerchi-ne-povtorilas-nuzhno-uzhestochit-oruzheyное-zakonodatelstvo>
2. Воронова А. Исследование: россияне стали больше играть в видеоигры. URL: <https://gazeta.spb.ru/2467740-issledovanie-rossiyane-stali-bolshe-igrat-v-videoigry/>
3. Гуревич А. Философия культуры. М., 1994. 163 с.

4. Интервью Е. Мизулиной. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zAOXR7PA3vk>
5. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды. М.: Весь Мир, 1997. 704.
6. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ. URL: <https://ecsoclab.hse.ru/news/209594723.html>
7. Яндекс-аналитика. Обзор рынка игровой индустрии. URL: <https://yandex.ru/adv/solutions/analytics/2019-research-game>
8. Хейзинга Й. Homo Ludens. М.: Айрис-пресс, 2003. 496 с.
9. Esports Charts. The International 10 Statistics. URL: <https://escharts.com/tournaments/dota2/international-10>
10. Strauss W., Howe N. Generations: The History of America's Future 1584 to 2069. New York: William Morrow, 1991. 538 p.
11. Strauss W., Howe N. The Fourth Turning: An American Prophecy. New York: Broadway Books, 1997. 400 p.

The stereotype of “frivolity” of computer games in the conditions of gamification of modern society

Nikita S. Normanskii

Postgraduate,
Specialist of the Scientific Department,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
295017, 39, Kievskaya str., Simferopol, Russian Federation;
e-mail: nickita.normanskij@yandex.ru

Abstract

The article deals with the stereotype of “frivolity” of computer games. Referring to the concept of gaming culture and the work of J. Huizinga “Homo ludens”, we can conclude that the game has a primary impact on the development of mankind. On the example of the theory of generations by N. Howe and W. Strauss, one can observe the influence of the computer games industry on each new generation. Thanks to the gaming mechanisms of gamification, which after 2010 began to be used more often to increase productivity in various areas of human activity, the author proposes to abandon the division into “serious” and “non-serious” hobbies in the era of digitalization. Acceptance of the game as the basis of culture depends on the person himself and his desire to evaluate this reality. For the consciousness of some people, this can have negative consequences, since until recently a person perceived the world, mainly based on his own feelings. Based on this, the concept of gaming culture and its components, such as gamification, have many critics. However, in our opinion, it is thanks to the perception of game reality that a person has the opportunity to interact with many previously known processes in a new format.

For citation

Normanskii N.S. (2022) Stereotip «neser'eznosti» komp'yuternykh igr v usloviyakh geimifikatsii sovremennogo obshchestva [The stereotype of “frivolity” of computer games in the conditions of gamification of modern society]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 12 (1A), pp. 198-206. DOI: 10.34670/AR.2022.33.85.023

Keywords

Gamification, the phenomenon of “frivolity”, digitalization, computer game, game culture, generational theory.

References

1. Afon'kin S. *Deputat Marchenko: «Chtoby tragediya Kerchi ne povtorilas', nuzhno uzhestochit' oruzheinoe zakonodatel'stvo»* [Deputy Marchenko: "In order for the tragedy of Kerch not to happen again, it is necessary to tighten the weapons legislation"]. Available at: <https://spbdnevnik.ru/news/2018-10-17/deputat-marchenko-chtoby-tragediya-v-kerchi-ne-povtorilas-nuzhno-uzhestochit-oruzheinoe-zakonodatelstvo> [Accessed 12/12/2021]
2. *Esports Charts. The International 10 Statistics*. Available at: <https://escharts.com/tournaments/dota2/international-10> [Accessed 12/12/2021]
3. Gurevich A. (1994) *Filosofiya kul'tury* [Philosophy of culture]. Moscow.
4. *Interv'yu E. Mizulinoi* [Interview with E. Mizulina]. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=zAOXR7PA3vk> [Accessed 12/12/2021]
5. Huizinga J. (1992). *Homo ludens* [Homo ludens]. Moscow: Progress Publ.
6. Ortega y Gasset J. (1997) *Izbrannye trudy* [Selected Works]. Moscow: Ves' Mir Publ.
7. Radaev V.V. *Millenialy na fone predshestvuyushchikh pokolenii: empiricheskii analiz* [Millennials Against the Background of Previous Generations: An Empirical Analysis]. Available at: <https://ecsoclab.hse.ru/news/209594723.html> [Accessed 12/12/2021]
8. Strauss W., Howe N. (1991) *Generations: The History of America's Future 1584 to 2069*. New York: William Morrow.
9. Strauss W., Howe N. (1997) *The Fourth Turning: An American Prophecy*. New York: Broadway Books.
10. Voronova A. *Issledovanie: rossiyanе stali bol'she igrat' v videoigry* [Research: Russians began to play video games more]. Available at: <https://gazeta.spb.ru/2467740-issledovanie-rossiyanе-stali-bolshe-igrat-v-videoigry/> [Accessed 12/12/2021]
11. *Yandeks-analitika. Obzor rynka igrovoi industrii* [Yandex analytics. Overview of the gaming industry market]. Available at: <https://yandex.ru/adv/solutions/analytics/2019-research-game> [Accessed 12/12/2021]