

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ГЕЙМЕРОВ В ИГРАХ С ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ ВАЛЮТОЙ

DOI: 10.25629/НС.2020.10.06

Терехова Т.А.¹, Трофимова Е.Л.¹, Малахаева С.К.²

¹Иркутский государственный университет

²Байкальский государственный университет

Иркутск, Россия

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант «Этно-психологические характеристики экономического самоопределения российских и китайских предпринимателей в сфере малого бизнеса» проект № 19-013-00430 А

Аннотация. В статье рассмотрена специфика экономического поведения: отношения к деньгам, особенности игровой мотивации, влияющей на уровень трат в игре, и готовность рисковать денежными средствами геймеров в играх с внешней и внутренней валютой. Выборку исследования составили 140 респондентов, из них 78 предпочитают компьютерные игры жанра RolePlayingGaming, с использованием только внутриигровой валюты, и 62 опрошенных, выбирающие игры Free-to-play, с возможностью перевода виртуальных денег в реальные и наоборот. По t-критерию Стьюдента выявлены существенные различия в экономическом поведении двух групп геймеров, предпочитающих игры с внешней валютой и внутренней валютой, которые можно объяснить специфическим сеттингом этих игр. Игроки жанра Free-to-play демонстрируют более высокие оценки по всем шкалам монетарных отношений, фиксацию на деньгах, но отсутствие четкой стратегии денежного поведения, их характеризует склонность к риску и более высокий уровень мотивации достижения успеха.

Ключевые слова: экономическое поведение, отношение к деньгам, готовность к риску, мотивация достижения, геймеры, компьютерные игры с внешней и внутренней валютой.

Введение

Экономическое поведение изучается зарубежными и отечественными авторами как предмет экономической психологии, экономической социологии, экономики. До сих пор единых междисциплинарных подходов к определению компонентов, видов, форм экономического поведения не выработано.

Так, экономист Н.В. Полякова под экономическим поведением понимает «форму активности человека как экономического агента, или осознанную деятельность в сфере хозяйствования» или «совокупность поступков и действий индивида во всех сферах хозяйственной деятельности: в производстве, распределении, обмене и потреблении» [9,10].

Н.Г. Сухорукова определяет экономическое поведение как «категорию, выражающую отношения между людьми в совместной экономической деятельности, которые определяются степенью соответствия уровня их экономической культуры динамике социальных процессов общества, опосредуются системой ценностных предпочтений субъектов деятельности и включают множество типов действий» [14].

В работах Вяткина А.П. [3] под экономическим поведением понимается поведение с принятием экономических решений или активность экономического агента. Экономическое поведение, по его мнению, относится как к сфере простого потребления, так и к сфере предпринимательства. В основе экономического поведения, как правило, лежат действия и операции, целесообразность и значимость которых предопределяется эффективностью использования объектов собственности.

Не менее интересным является определение экономического поведения, предложенное профессором А.И. Муравьевым: «экономическое поведение субъектов – это совокупность стратегических, тактических, оперативных решений и шагов по осуществлению целей человека для реализации своей собственной объективной миссии в пространстве «затраты – время – результат» [7].

В работах рассматриваются виды и формы экономического поведения, например, выбор и реализация формы экономической активности (наемного труда, коллективной формы собственности, предпринимательства и т.п.); формы экономического поведения: потребительское, сберегающее, инвестиционное, налоговое, денежное и др. Эмпирически выявляются особенности принятия экономических решений, в том числе в условиях риска, анализируются гендерные, возрастные, культурные, национальные и прочие предикторы экономического поведения.

В условиях трансформации современного общества претерпевают изменения формы экономической активности, и, по мнению А.П. Вяткина возможно «рассогласование социально-психологических и экономических детерминант экономического сознания, самосознания и поведения» [3, с. 20].

Сегодня большинство людей реализуют свое экономическое поведение не только в реальном, но и в виртуальном мире, мире онлайн. Экономическое благополучие в структуре смысла получает виртуальное измерение [2] появляется проблема информационной открытости и информационной безопасности [8]. Цифровизация с одной стороны, способствует оптимизации формулы «затраты – время – результат» [1,5], а с другой стороны, порождает и дополнительные риски, появляются новые возможности для спекулятивных, редистрибутивных (особенно нелегально-редистрибутивных/воровство, мошенничество и спонтанно-редистрибутивных/присвоение тех ресурсов, которые сейчас не имеют собственника) моделей экономического поведения. Появляющиеся новые формы собственности, например, оцифрованная собственность, заставляют пересмотреть и систему экономических отношений, связанных с владением, использованием, распоряжением этой собственностью.

Постановка проблемы

Помимо возможности, а порой уже и необходимости частичного переноса своей деловой жизни в виртуальный мир, есть еще и индустрия Интернет развлечений, в том числе компьютерных игр. «Игра – это простой и доступный способ моделирования другого мира или таких жизненных ситуаций, в которых человек никогда не был и не будет в реальности. Это простой способ пожить в другой жизни, где нет проблем, нет работы, на которую нужно ходить каждый день, нет хлопот по рутинному зарабатыванию денег» [4]. Игра захватывает, предоставляет шанс получить новый опыт, сильные эмоции, исследователи указывают на возможность возникновения игровой зависимости, отчуждения от реального мира. Игровая индустрия получила развитие еще в 1980–1990 гг., однако работать с широкой аудиторией по всему миру она стала около 15 лет назад. По данным аналитического агентства Newzoo в мире около 1 775 489 000 геймеров по состоянию на 2014 год, то есть примерно каждый четвертый житель планеты может считаться геймером. По официальной статистике онлайн-сервиса цифрового распространения компьютерных игр EpicGamesStore количество учетных записей составляет около 85 миллионов по состоянию на 2019 год¹. Здесь стоит учитывать тот факт, что регистрация на платформах является бесплатной, а количество аккаунтов у одного человека может быть от двух и более. Также стоит отметить, что геймерами могут быть и так называемые «пираты» – игроки, которые скачивают игры из интернета бесплатно, и могут не иметь аккаунтов в вышеуказанных сервисах. Также сюда можно отнести игроков, которые регистрируют по несколько аккаунтов в играх сегмента Free-to-Play, преследуя личные или корыстные интересы – зачастую это «прокачивание» аккаунта с последующей его продажей.

Все больше распространяются монетизированные игры, с возможностью использования в игре реальной или виртуальной денежной валюты, и в подобных играх принимают участие геймеры чаще старше 16 и приблизительно до 50 лет, что, в общем, вписывается в глобальное изменение аудитории, охватываемой средствами массовой коммуникации в мире [6].

Соответственно, ставятся новые вопросы перед исследователями: влияет ли компьютерная игра на экономическое поведение человека или он переносит в мир игры уже сложившиеся модели поведения, готов ли менять человек реальные финансовые ресурсы на виртуальные и что мотивирует его это делать?

Н.П. Дедов в своих работах рассматривается взаимосвязь экономического поведения, игровых теорий и психологии человека, считает, что контролировать экономические решения позволяет формирование мета-отношений [15].

Daniel L. King, Alex M.T. Russell, Paul H. Delfabbro, Dean Polisena приходят к выводу, что монетизированные игры могут стимулировать поведение, подобное наркомании, включая импульсивные расходы. Исследования авторов показали, что люди с заметно более высокими финансовыми расходами в игре с большей вероятностью демонстрируют симптомы аддиктивного поведения (то есть игрового расстройства). В исследовании на 428 взрослых игроках Fortnite с онлайн-форумов были проанализированы игровые мотивы и денежное поведение, влияние онлайн-сетей в отношении расходов на микротранзакции и наличие симптомов игрового расстройства. Результаты показали, что расходы на микротранзакции предопределялись социальным влиянием (то есть частотой расходов ближайших друзей участников, которые также играют и тратят деньги на Fortnite), большей доступностью к игре на нескольких устройствах и более высоким уровнем в игре. Геймеры, вкладывающие деньги для покупки игровой валюты, отличаются более сильной мотивацией к получению внутриигровых наград и с большей вероятностью воспринимают игровые предметы как достойное соотношение цены и качества. Игровая зависимость коррелирует с импульсивностью характера, количеством еженедельного времени, проведенным за игрой, и ощущением, что сокращение времени, затрачиваемого на игру, снижает чувство собственного достоинства. Сам факт расходов не был связан с симптомами игрового расстройства. Авторы предполагают, что реализация разных внутриигровых схем монетизации может иметь различный потенциал риска для потребителей в играх [16].

Группа китайских и немецких исследователей, изучая протекание нейронных реакций участников игр в ситуациях ожидания денежных потерь (проигрыша) или прибыли (выигрыша) и реального вознаграждения или утраты по результатам игры, выявили, что критическими характеристиками геймеров, имеющих игровую зависимость, являются: снижение чувствительности к ожидаемым негативным событиям, снижение чувствительности к денежным потерям и пренебрежение, недооценивание степени риска [17].

Цель настоящей статьи проанализировать особенности экономического поведения геймеров, играющих в компьютерные игры с различной игровой валютой, а именно: специфику отношения к деньгам, особенности игровой мотивации, влияющей на уровень трат в игре, и готовность рисковать денежными средствами.

Мы предполагаем, что у геймеров, играющих в игры с внутренней или внешней игровой валютой, будут наблюдаться различия в отношении к деньгам, мотивации достижения и склонности к риску.

Организация и методы исследования

Исследование было организовано в сети Интернет, при помощи опроса в гугл-документах. Ссылка на опрос вместе с описанием тестирования была размещена на ресурсах Twitch.tv и rika.ru. Каждому респонденту предлагалось пройти опрос анонимно, и по желанию оставить свою электронную почту для получения индивидуальной обратной связи. В случае возникновения вопросов респондентам предлагалось связаться с исследователем по электронной почте.

Для исследования было отобрано 140 человек, возраста 16–40 лет, все они являются геймерами с игровым стажем не менее года.

Распределение геймеров по полу следующее: 66,7 % мужчин (93 чел.), и 33,3 % женщин (46 чел.).

Возрастные характеристики испытуемых от 16 до 40 лет, наибольшее количество людей сосредоточено в промежутке 18-26 лет (104 чел.).

Большинство испытуемых – это работающие люди 50,7 % (71 чел.), но также среди них есть и студенты 31,4 % (44 чел.); школьники 9,2 % (13 чел.); безработные 8,5 % (12 чел.).

Большинство играет в компьютерные игры больше трех лет 76,6 % (108 чел.); от года до трех лет играют 19,1 % (27 чел.); 4,3 % (5 чел.) играют чуть больше 1 года.

Относительно уровня игровых навыков мнения респондентов сильно разделились: 40,7 % (57 чел.) играют хорошо; 32,8 % (46 чел.) играют средне; 17 % (24 чел.) играют очень хорошо; 7,1 % (10 чел.) играют плохо; 2,1 % (3 чел.) играют очень плохо.

Все испытуемые были поделены на 2 группы:

группа 1 – игроки в компьютерные игры жанра RPG в количестве 78 человек;

группа 2 – игроки в компьютерные игры сегмента Free-to-Play в количестве 62 человека.

RPG – RolePlayingGaming – «Ролевые компьютерные игры – это игры, в которых играющий принимает на себя роль компьютерного персонажа, то есть сама игра обязывает играющего выступать в роли конкретного персонажа» [11]. Игры жанра RPG внутри игры предоставляют игроку в пользование внутриигровую валюту, то есть деньги, существующие только внутри игры, невозможно пополнить их реальными деньгами, так же, как и невозможно игровые деньги обменять на реальные.

Free-to-play (F2P) – это категория игр без обязательной ежемесячной абонентской платы. Авторы и владельцы игр получают прибыль путем микротранзакций (донат), так в онлайн играх Free-to-Play обычно обозначает оплату игроком дополнительных бонусов, уникальных предметов и прочих благ, не доступных обычным путем, без оплаты реальными деньгами. «Для внутриигровых покупок используется игровая валюта с определенными правилами конвертации из реальных денег (например, скидками при обмене крупных сумм)» [13]. Различают так называемые «мягкие» и «жесткие» модели. «Жесткая» модель предполагает возможность покупки каких-то преимуществ, артефактов, которые позволяют оторваться от противников на недосягаемую высоту. «В этой модели отсутствие доната не может быть полностью компенсировано ни знанием игровой механики, ни временем, проведенным в игре» [13]. При использовании «мягкой» модели «многочасовой игрой возможно заработать все то, что дает такие же преимущества, что и предметы/привилегии, купленные в игровом магазине» [13]. Обычно в играх мягкой системы, которые описаны выше, донат не является обязательным.

Отношение к использованию донат, то есть приобретению дополнительных возможностей в игре или игровой обстановке, геймеры демонстрируют разное. В качестве минусов, обычно отмечают, что приобретение, таким образом, особых способностей, возможностей, которые нельзя компенсировать умениями и опытом игрока, создает чрезмерно неравноценные условия, так поступают те, кто не дорожит игровой репутацией, не ценит своих соперников. Еще один значимый минус состоит в том, что вначале игры таких вложений разработчик не требует, игра затягивает, но на определенном этапе разработчик вводит такие препятствия, которые делают игру бессмысленной без оплаты за привлечения дополнительных ресурсов.

Положительными моментами могут являться возможности пополнить запас игровой валюты, не прибегая к реальным деньгам, за определенные игровые действия и не только, например, привлечение друзей, регистрация на разных платформах, участие в форумах и пр. Привлечение донат позволяет более активно бороться с пиратством, так как игры с микротранзакциями сложно или даже невозможно взломать. Осуществляется поддержка игры, есть возможность ее совершенствовать, делать более интересной, красочной, сложной, разнообразной. Большей популярностью пользуются донаты, которые не влияют на игровые возможности, но позволяют повысить престиж игрока, то есть выбрать раскраску, одежду или форму, прическу и пр.

Следует отметить, что наиболее часто встречающейся и желанной для онлайн-игроков является мягкая модель, поскольку играть против игрока, у которого значительно преимущество куплено за деньги – не интересно и противоречит идее игровой справедливости.

В отличие от жанра RPG, игры сегмента Free-to-Play предоставляют игроку в пользование внутриигровую валюту, но с возможностью обменять реальные деньги на виртуальные, а

также нередко игрок получает возможность обменять деньги, заработанные внутри игры, на реальные деньги.

Для исследования было отобрано 4 игры, главным критерием отбора послужило наличие в играх внутренней и внешней валюты.

Для проведения исследования была составлена небольшая анкета, позволяющая выявить игровые предпочтения, в том числе игровой жанр, временные траты на компьютерные игры, уровень продвинутости игрока, использование в игре денежной валюты.

Кроме того, применялись стандартизированные методики: методика оценки монетарных отношений М. Ю. Семенова [12]; методика диагностики степени готовности к риску Шуберта; методика диагностики мотивации к успеху Т. Элрса.

Результаты и обсуждение

Прежде всего, остановимся на готовности использовать в игре деньги, прибегать к покупкам игровых привилегий.

Ответы опрошенных распределились следующим образом:

40,8 % (57 чел.) никогда не используют донаты;

32,8 % (46 чел.) допускают донат на суммы до 500 рублей;

15,0 % (21 чел.) допускают донат на суммы до 1000 рублей;

11,4 % (16 чел.) допускают донат на суммы больше 1000 рублей.

Как мы видим, абсолютное большинство предпочитает либо не прибегать к донатам вообще, либо осуществлять игровые покупки на небольшие суммы, которые не бьют по кошельку, и лишь меньшая часть испытуемых готовы тратить большие суммы денег на игру.

Также среди испытуемых процентное соотношение по частоте доната оказалось следующим:

40,8% (57 человек) никогда не прибегают к игровым покупкам;

50,7 % (71 человек) используют донаты редко, не более 5 раз в год.

8,5 % (12 человек) донатят часто.

Учитывая такое распределение данных, можно предположить, что игроки, допускающие донат на суммы до 500 рублей и игроки, допускающие донат на суммы до 1000 рублей, суммарно составили в этом распределении больший процент, нежели люди, которые никогда не донатят. Также интересной деталью является количество игроков, которые донатят постоянно – их всего 8,5 %, что в целом является не однозначным показателем. Ввиду отсутствия более подробных данных, по нашим предположениям это могут быть как игроки, которые допускают донат на суммы до 500 рублей, то есть они донатят часто, но совсем понемногу; либо это могут быть игроки, донатящие большие суммы.

В таблице 1 представлены данные обеих групп по методике «Оценки монетарных отношений» М. Ю. Семенова.

Основной характеристикой обеих групп является «позитивное и рациональное отношение к деньгам. Искусство управлять деньгами». Однако имеются особенности, которые проявляются при детальном рассмотрении.

Для группы 1 доминирующей функцией являются «позитивное и рациональное отношение к деньгам; искусство управлять деньгами» ($M_{cp}=40,7$; $M_e=41,0$), «тревожность из-за денег; мотив финансовой безопасности» ($M_{cp}=34,8$; $M_e=34,0$), «негативные эмоции по отношению к деньгам; напряжение из-за денег» ($M_{cp}=32,9$; $M_e=33,0$), хотя деньги для них редко бывают в центре внимания и возможно присутствует скрытое желание избавиться от них. Для испытуемых характерно чувство вины от имеющихся денег, при этом они могут испытывать тревожность в делах с деньгами. Для этих испытуемых характерно сравнение людей по деньгам и по достатку. Также для них характерно презрение к деньгам, которое может быть связано с неосознаваемой ассоциацией «деньги – несчастье».

Таблица 1 – Описательные статистики по методике «Оценки монетарных отношений» М. Ю. Семенова

Шкалы	Группа, играющая в компьютерные игры жанра RPG			Группа, играющая в компьютерные игры сегмента Free-to-Play		
	Среднее	Медиана	Стд. откл.	Среднее	Медиана	Стд. откл.
Позитивное и рациональное отношение к деньгам. Искусство управлять деньгами	40,7	41,0	7,9	44,8	45,5	7,0
Фиксация на деньгах. Мотив экономии	20,4	20,5	6,4	28,6	31,0	6,3
Тревожность из-за денег. Мотив финансовой безопасности	34,8	34,0	6,5	43,7	45,0	7,4
Негативные эмоции по отношению к деньгам. Напряжение из-за денег	32,9	33,0	7,6	39,3	40,5	6,9
Терапевтическая функция денег, деньги как удовольствие или лекарство	23,9	23,0	6,0	31	31,0	5,8

Испытуемые первой группы часто испытывают желание отложить деньги на случай непредвиденных обстоятельств. О чем говорит, повышение выше среднего (медианы) по шкале «мотив экономии денег» наряду с показателями шкалы «позитивное отношение к деньгам». Это может также означать, что какая-то часть испытуемых 1 группы может быть склонна внимательно относиться к деньгам и связанным с ними отношениям, поэтому личные финансовые обязательства не отягощают и не гнетут их в большинстве случаев. Деньги повышают настроение испытуемых, поэтому они могут посчитать их хорошим подарком, как для себя, так и для других. Тема денег для них не является «табу», часто могут обсуждаться денежные проблемы с окружающими. Деньги могут быть для них символом независимости и власти и использоваться для управления другими.

Остальные шкалы выражены слабо. Стоит отметить низкий результат по шкале «Фиксация на деньгах. Мотив экономии». Это может говорить о том, что в целом для игроков 1 группы компьютерные игры воспринимаются как удовольствие, поэтому траты денег на игры, какие-то дополнительные развлечения для них не характерны.

Поэтому испытуемые первой группы выбирают игры с внутренней валютой, где нет особого риска проиграть реальные деньги. Внутренняя валюта обеспечивает относительно благоприятные условия для того, чтобы спокойно играть, не беспокоясь о том, что можно проиграть деньги, ведь они быстро восполняются.

У испытуемых по данным теста наблюдается желание рационально и разумно пользоваться деньгами, что отражается на выборе игр с внутренней валютой, поскольку игрок может спокойно и не торопясь пробовать различные типы моделей для распределения своих финансов. Хотя в игре деньги и выполняют функцию денег, как реальные, чаще всего игроки хорошо понимают разницу между деньгами реальными и деньгами виртуальными, и соответственно, чувствуют разницу в управлении финансами в игре и в жизни.

Основной характеристикой группы 2 также является «позитивное и рациональное отношение к деньгам; искусство управлять деньгами». По сравнению с предыдущей группой процент владения этим мотивом выше на 9,2%. Таким образом, испытуемые второй группы весьма позитивно настроены по отношению к деньгам. Есть выраженная тревожность из-за денег, связанная с мотивом финансовой безопасности. Испытуемые могут проявлять желание отложить деньги на «черный день» или про запас, склонны считать, что деньги часто достаются нечестным трудом. Из-за тревожности по отношению к деньгам испытуемые второй группы непоследовательны в своем финансовом поведении. Возможно, поэтому, мы видим амбивалентное отношение к деньгам среди испытуемых этой группы, что проявилось в близких показателях по шкалам «позитивного и рационального отношения к деньгам», «тревожности из-за денег»; наблюдается повышенный фон и по шкале «негативные эмоции по отношению к деньгам». Это может свидетельствовать о напряжении из-за денег в целом, которое проявляется в отсутствии финансовой стратегии и рационального распоряжения деньгами.

В целом, для испытуемых этой группы характерно считать деньги инструментом для влияния на людей. Это может отражаться на выборе игр с внешней игровой валютой, поскольку часть внутри игры ценность и «крутость» игрока может быть показана при помощи «скинов» (раскрасок) для снаряжения, которые в свою очередь могут стоить от нескольких рублей, до нескольких тысяч. Также в одной из игр есть возможность оплатить премиум доступ и получить больше опыта за задания, что автоматически отметит игрока как более опытного в отличие от остальных.

Испытуемые склонны тревожиться из-за денег. Необходимость дорогой покупки может заставить их понервничать. Потеря финансовых источников может восприниматься как трагедия, но не всегда, в зависимости от ситуации. Испытуемые готовы рисковать, могут быть азартны. Иногда деньги занимают их мысли и внимание и являются эмоционально насыщенным объектом.

Внешняя валюта в играх – это реальные деньги, и игроки этой группы лучше других понимают, что они достаются не просто так. Стоит отметить, что в одной из игр есть возможность закупать оружие перед началом каждого раунда. У этой группы игроков тревожность может быть обусловлена сложными игровыми ситуациями, где в короткое время нужно решить, как потратить деньги. Игра может восприниматься как способ заработать дополнительные деньги, что повышает уровень напряжения и погружения в игровое пространство. Реальная сумма денежного вознаграждения за победу или выпавший в случайном порядке дорогой «скин», который можно продать за хорошую сумму может создавать иллюзию благополучия и пользы игрового времяпровождения.

В целом можно отметить, что у обеих групп испытуемых наблюдается в большей степени позитивное и рациональное отношение к деньгам. Игры, как с внутренней, так и с внешней игровой валютой, являются своеобразной отдушиной для переключения с реальных забот в более безопасный виртуальный мир, для реализации своих потребностей в риске и достижении. Рассмотрим особенности рискованного поведения испытуемых.

На рисунке 1 представлены результаты методики диагностики степени готовности к риску Шуберта. Результаты представлены в виде процентного распределения степени осторожности или склонности к риску у обеих групп. По данным, представленным на диаграмме, мы видим, что распределение процентов не однородно и не одинаково.

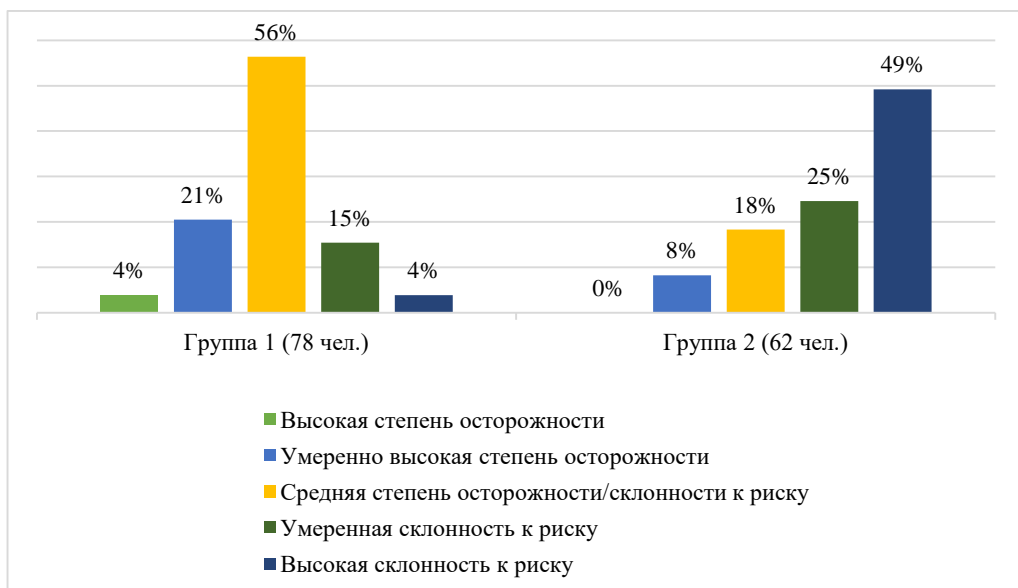


Рисунок 1 – Результаты диагностики степени готовности к риску Шуберта

Так, у группы 1 средняя степень склонности к риску доминирует, тогда как остальные – менее выражены. То есть испытуемые группы 1 в среднем предпочитают избегать риска в различных ситуациях, однако, если возникнет крайняя необходимость – могут пойти на обоснованный и целесообразный риск. В группе 1 испытуемых с умеренной и высокой склонностью к риску меньше и в целом группа больше склонна к осторожности.

У группы 2 доминирует показатель высокой склонности к риску, тогда как остальные, также, менее выражены. То есть испытуемых группы 2 риск не страшит, а наоборот привлекает, возможно, заставляет их испытывать положительные эмоции, в связи с чем количество ситуаций с риском для здоровья или жизни у этой группы может быть выше.

Также следует отметить, что у группы 2 вообще нет испытуемых с высокой степенью осторожности. У группы минимальная тенденция к излишней осторожности, попыткам избежать опасности. Тогда как у группы есть испытуемые, которые в принципе избегают рискованных ситуаций.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что группа 1 более склонна к рациональному поведению в рискованных ситуациях.

Группа 2 показывает высокую склонность к риску, возможно даже чрезмерное и не всегда разумное желание рисковать. Для испытуемых этой группы риск можно описать как привлекательное действие, которое может доставлять положительные эмоции. Испытуемые этой группы в большинстве своем не склонны избегать ситуаций, связанных с риском, также, как и не склонны предусматривать наличие потенциальной опасности. Это отражается на выборе игр с внешней валютой, где есть высокий риск денежных потерь, наряду с возможным выигрышем. Испытуемые первой группы выбирают более осторожные стратегии игр с внутренней валютой, где время нахождения в ней равняется стабильному восполнению игровых финансов.

На рисунке 2 представлены результаты методики диагностики личности на мотивацию к успеху Т. Элерса. Результаты представлены в виде процентного распределения уровней мотивации в обеих группах.

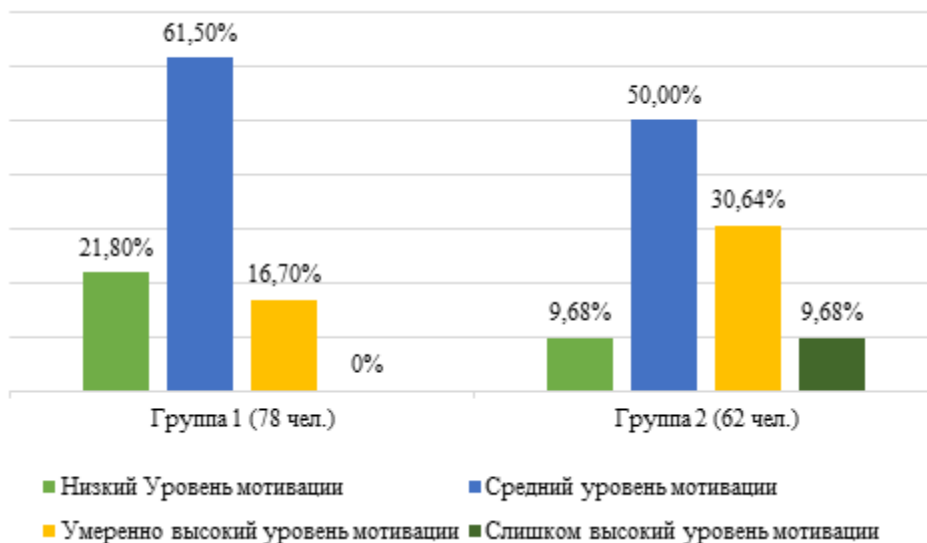


Рисунок 2 – Результаты диагностики мотивации к успеху Т. Элерса

В обеих группах самый большой процент респондентов со средним уровнем мотивации. У группы 1 этот показатель несколько выше относительно данных группы 2. Здесь можно предположить, что большую часть испытуемых их текущий уровень в игре или в жизни вполне устраивает, и у них не выражено стремление добиваться успеха дальше.

Низкий уровень мотивации у группы 1 выше, чем у группы 2, что в частности может быть связано с повышенной осторожностью группы 1, что описано выше.

Умеренно высокий уровень мотивации больше в группе 2. Для группы 2 характерен процент слишком высокого уровня мотивации, чего не наблюдается у группы 1. Этот показатель говорит о наличии чрезвычайной важности достижения успеха в одной или нескольких сферах своей жизни. Можно предположить, что это не просто потребность, а навязчивое желание всегда быть лучшим, что и отражается на выборе игры с внешней валютой, где можно быстро достичь игровых результатов, вкладывая туда реальные деньги.

В целом, процентное соотношение по шкалам умеренно высокого и высокого уровня мотивации у группы 2 выше, чем у группы 1, что говорит о большей мотивированности группы 2 к достижению успеха в различных сферах жизни наряду с более высокими показателями склонности к риску.

Показатели методик обеих групп соответствуют логарифмически нормальному закону распределения. Поэтому сравнение проводилось не средних, а медиан по t-критерию Стьюдента. Исследование показало, что существуют значимые различия между двумя исследуемыми выборками игроков по методикам: оценки монетарных отношений Семенова М. диагностики степени готовности к риску Шуберта и диагностики личности на мотивацию к успеху Т. Элерса. Различия между результатами испытуемых 1 и 2 групп представлены на рисунке 3.

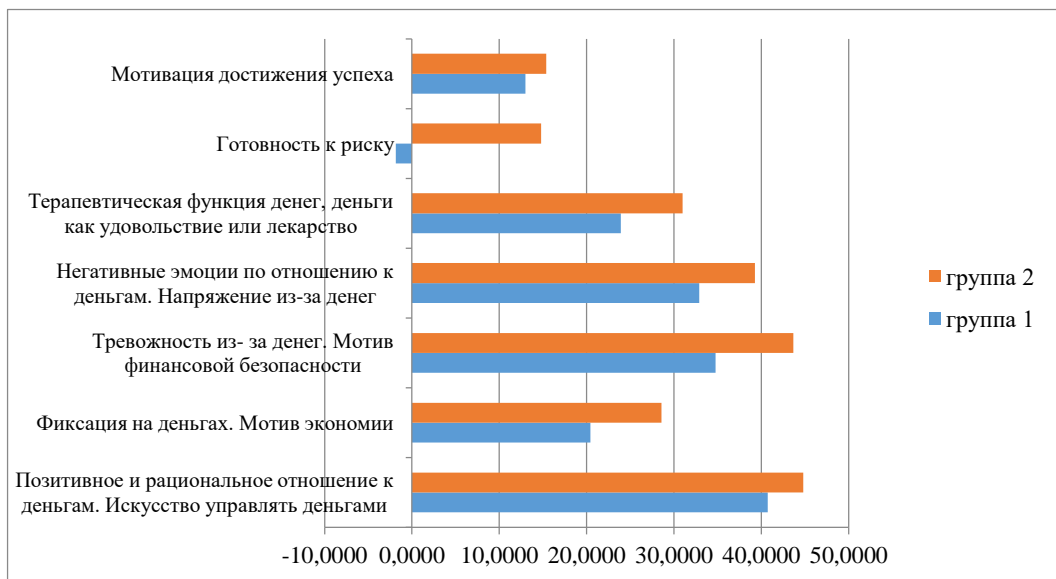


Рисунок 3 – Значимые различия средних в группе игровой (игры жанра) и в группе с использованием реальных денег (игры сегмента)

По методике «Оценки монетарных отношений» Семенова М.Ю. значимые различия выявлены по шкалам: «Позитивное и рациональное отношение к деньгам. Искусство управлять деньгами» ($M1e=41,0$, $M2e=45,5$; $p=0,002$); «Фиксация на деньгах. Мотив экономии» ($M1e=20,5$, $M2e=31,0$; $p=0,000$); «Тревожность из-за денег. Мотив финансовой безопасности» ($M1e=34,0$, $M2e=45,0$; $p=0,000$); «Негативные эмоции по отношению к деньгам. Напряжение из-за денег» ($M1e=33,0$, $M2e=40,5$; $p=0,000$); «Терапевтическая функция денег, деньги как удовольствие или лекарство» ($M1e=23,0$, $M2e=31,0$; $p=0,000$).

Так же достоверны различия между выборками по методике Шуберта «Степень готовности к риску» ($M1e=-1,0$, $M2=19,0$; $p=0,000$) и по методике «Мотивация достижения успеха» по Т. Элерсу ($M1e=13,0$, $M2=15,0$; $p=0,000$).

Выводы

Таким образом, можно сказать, что экономическое поведение геймеров, предпочитающих игры с внешней и внутренней игровой валютой различаются. Игроки, выбирающие сеттинг с внутриигровой валютой, отличаются тем, что испытывают в целом позитивные эмоции по отношению к деньгам, но стремятся их экономить и не допускают импульсивных трат и риска, а на досуге предпочитают безопасный и понятный алгоритм гейминга. Игроки же, выбирающие сеттинги с внешней валютой, в которых гипотетически есть возможность выигрывать, тратя реальные деньги, отличаются высоким напряжением и фрустрацией по отношению к деньгам и склонны к неоправданному риску в стремлении достичь виртуального успеха. Таким образом, в качестве продолжения исследования можно выдвинуть гипотезу о том, что в играх с внешней игровой валютой преобладает процент испытуемых с высокими показателями игровой аддикции, провоцируемой высоким уровнем эмоционального погружения в виртуальный сеттинг.

Примечание

¹https://www.igromania.ru/news/81652/U_40perc_polzovateley_Epic_Games_Store_ne_ustanovlen_Steam.html (дата обращения: 01.06.2019).

Библиография

1. Артамонова В.В. Применение игровых механик в мотивации волонтеров некоммерческих организаций // *Формы и методы социальной работы в различных сферах жизнедеятельности: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф.*, 7-8 дек. 2017 г. Улан-Удэ. 2017. С. 22-24.
2. Атанов А.А. Понятие "благополучие" в структуре смысла // *Транспортная инфраструктура Сибирского региона*. 2017. Т. 2. С. 768-770.
3. Вяткин А.П. Самоопределение в экономических ролях как критерий экономической социализации // *Материалы Тихоокеанского международного конгресса психологов*. Хабаровск, 2004. С. 39-43.
4. Иванов И. С. Психологические и социокультурные индикаторы игровой зависимости // *Вестник Костромского государственного университета*. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2008. Т.14. № 3. С. 205-211.
5. Карпикова И.С., Артамонова В.В. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2018. Т. 7, № 4. С. 599-614. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).599614.
6. Красноярова О.В. Этапы развития массовой коммуникации и изменения статуса аудитории // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2014. № 1. С. 21-33.
7. Муравьев А. И., Локшина Э. Х. *Экономическая психология: научный доклад*. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998 50 с.
8. Нефедьева Е.И., Гуляева А.И. Информационная открытость и доступность как направление социального маркетинга (на примере учреждений социального обслуживания) // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2018. Т. 7, № 3. С. 459-481. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(3).459-481.
9. Полякова Н. В. *Экономическое поведение*. Иркутск, 1998. 236 с.
10. Полякова Н.В. *Экономическое поведение молодежи в переходной экономике*. Дисс. докт. эконом. наук. Москва, 1999. 262 с. URL: <http://www.dissercat.com/content/ekonomicheskoe-povedenie-molodezhi-v-perekhodnoi-ekonomike>. (дата обращения 12.03.2020).
11. Семенов А. А. Игрозависимая молодежь и ее психологические особенности // *Вестник МИЭП*. 2013. № 4 (13). С. 39-47.

12. Семенов М.Ю. Методика оценки монетарных отношений // Омский научный вестник (The Omsk scientific bulletin). 2010. № 5(91). С. 137–139.

13. Слободчиков И. М., Гольденберг Е. А. Психология «Доната»: контур проблемного исследования // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2015. № 2. С. 79–86.

14. Сухорукова Н.Г. Экономическое поведение: учебное пособие. Новосибирск, 2001. 82 с.

15. N.P. Dedov. The Game Theory, Economic Behavior and Interpersonal Meta-relationships /Procedia Economics and Finance Vol. 26, 2015, pp. 542-545. DOI: doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00952-1.

16. Daniel L. King, Alex M.T. Russell, Paul H. Delfabbro, Dean Polisen. Fortnite microtransaction spending was associated with peers' purchasing behaviors but not gaming disorder symptoms // Addictive Behaviors. Vol. 104, May 2020, 106311. DOI: doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106311.

17. Yuan-Wei Yao, Lu Liu, Patrick D. Worhunsky, Sarah Lichenstein, Shan-Shan Ma, Lei Zhu, Xin-Hui Shi, Songshan Yang, Jin-Tao Zhang, Sarah W. Yip. Is monetary reward processing altered in drug-naïve youth with a behavioral addiction? Findings from internet gaming disorder // NeuroImage: Clinical Vol. 26, 2020, 10220. DOI: doi.org/10.1016/j.nicl.2020.10220.

Терехова Татьяна Александровна. Доктор психологических наук, профессор кафедры общей психологии. E-mail: terehovata@mail.ru

Трофимова Елена Леонидовна. Кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной, экстремальной и пенитенциарной психологии. E-mail: trofimova-bgy@mail.ru

Малахаева Светлана Карловна. Кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и психологии. E-mail: smalahaeva@yandex.ru

FEATURES OF ECONOMIC BEHAVIOR OF GAMEERS IN GAMES WITH EXTERNAL AND INTERNAL CURRENCY

DOI: 10.25629/HC.2020.10.06

Terekhova T.A.¹, Trofimova E.L.¹, Malahaeva S.K.²

¹Irkutsk state University

²Baikal State University

Irkutsk, Russia

Abstract. The article discusses the specifics of economic behavior: attitude to money, features of game motivation that affect the level of spending in the game, and willingness to risk money for gamers in games with foreign and domestic currency. The study sample consisted of 140 respondents, of whom 78 prefer computer games of the RolePlayingGaming genre, using only in-game currency, and 62 respondents who choose Free-to-play games, with the ability to transfer virtual money to real ones and Vice versa. According to the student's t-criterion, significant differences in the economic behavior of two groups of gamers who prefer games with external currency and internal currency were identified, which can be explained by the specific setting of these games. Free-to-play players show higher scores on all scales of monetary relations, a fixation on money, but the lack of a clear strategy for monetary behavior, their risk aversion and a higher level of motivation to achieve success.

Keywords: economic behavior, attitude to money, risk appetite, achievement motivation, gamers, computer games with external and internal currency.

References

1. Artamonova V.V. Primenenie igrovyykh mekhanik v motivatsii volonterov nekommercheskikh organizatsii. *Formy i metody sotsial'noi raboty v razlichnykh sferakh zhiznedeyatel'nosti: materialy VI Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, 7-8 dek. 2017 g. [The use of game mechanics in motivating volunteers of non-profit organizations. *Forms and methods of social work in various spheres of life: materials of the VI International Scientific and Practical Conference, December 7-8, 2017*]. Ulan-Ude, 2017, pp. 22-24. (In Russ.).
2. Atanov A.A. Ponyatie "blagopoluchie" v strukture smysla [The Concept of "welfare" in the Structure of Meaning]. *Transportnaya infrastruktura Sibirskogo regiona*. 2017. Vol. 2. pp. 768-770. (In Russ.).
3. Vyatkin A.P. Samoopredelenie v ekonomicheskikh rolyakh kak kriterii ekonomicheskoi sotsializatsii [Self-determination in economic roles as a criterion of economic socialization]. Materialy Tikhookeanskogo mezhdunarodnogo kongressa psikhologov. [Materials of the Pacific International Congress of Psychologists]. Khabarovsk, 2004. pp. 39 – 43. (In Russ.).
4. Ivanov I. S. Psikhologicheskie i sotsiokul'turnye indikatory igrovoi zavisimosti [Psychological and sociocultural indicators of gambling addiction]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Sotsiokinetika*. 2008. Vol.14. No. 3. pp. 205-211. (In Russ.).
5. Karpikova I.S., Artamonova V.V. Privlechenie auditorii k tsifrovym SMI s pomoshch'yu elementov geimifikatsii [Attracting Audience to Digital Media Using Gamification Elements]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2018. Vol. 7, No. 4. Pp. 599-614. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).599614. (In Russ.).
6. Krasnoyarova O.V. Etapy razvitiya massovoi kommunikatsii i izmeneniya statusa auditorii [Stages of development of mass communication and changings of audience]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2014. No. 1. Pp. 21-33. (In Russ.).
7. Muravev A. I., Lokshina E. Kh. *Ekonomicheskaya psikhologiya: nauchnyi doklad* [Economic Psychology: A Scientific Report]. SPb.: UNECON, 1998. 50 p. (In Russ.).
8. Nefedieva E. I., Gulyaeva A. I. Informatsionnaya otkrytost' i dostupnost' kak napravle-nie sotsial'nogo marketinga (na primere uchrezhdenii sotsial'nogo obslu-zhivaniya) [Information Openness and Accessibility as a Direction of Social Marketing (by the Example of Social Service Institutions)]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2018. Vol. 7. No. 3. pp. 459-481. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(3). (In Russ.).
9. Polyakova N. V. *Ekonomicheskoe povedenie*. [Economic behavior]. Irkutsk, 1998. 236 p. (In Russ.).
10. Polyakova N.V. Ekonomicheskoe povedenie molodezhi v perekhodnoi ekonomike. Diss. doct. economy. nauk. [Economic behaviour of youth in transition economies. Diss. doct. economy. sci]. Available at: <http://www.dissercat.com/content/ekonomicheskoe-povedenie-molodezhi-v-perekhodnoi-ekonomike>. (accessed 12.03.2020). (In Russ.).
11. Semeno A. A. Igrozavisimaya molodezh' i ee psikhologicheskie osobenno-sti [Game-dependent youth and its psychological characteristics]. *Vestnik International Institute of Economics and Law*. 2013. No. 4 (13). Pp. 39–47. (In Russ.).
12. Semenov M. Yu. Metodika otsenki monetarnykh otnoshenii [Methodology for assessing monetary relations]. *Omskii nauchnyi vestnik*. 2010. No. 5(91). Pp. 137-139. (In Russ.).
13. Slobodchikov I. M., Goldenberg E. A. Psikhologiya "Donata": kontur problemnogo issledovaniya [The Psychology of Donata: The Contour of Problem Research]. *Vestnik RGGU. Seriya "Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie"*. 2015. No. 2. Pp. 79–86. (In Russ.).
14. Sukhorukova N.G. *Ekonomicheskoe povedenie: uchebnoe posobie*. [Economic behavior]. Novosibirsk, 2001. 82 p. (In Russ.).

15. N.P. Dedov. The Game Theory, Economic Behavior and Interpersonal Meta-relationships //Procedia Economics and Financeю Vol. 26, 2015, pp. 542-545. DOI: doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00952-1.

16. Daniel L. King, Alex M.T. Russell, Paul H. Delfabbro, Dean Polisen Fortnitemicrotransaction spending was associated with peers' purchasing behaviors but not gaming disorder symptoms //Addictive Behaviors. Vol. 104, May 2020, 106311. DOI: doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106311.

17. Yuan-WeiYao, Lu Liu, Patrick D. Worhunsky, Sarah Lichenstein, Shan-Shan Ma, Lei Zhu, Xin-Hui Shi, Songshan Yang, Jin-Tao Zhang, Sarah W. Yip Is monetary reward processing altered in drug-naïve youth with a behavioral addiction? Findings from internet gaming disorder //NeuroImage: Clinical Vol. 26, 2020, 10220. DOI: doi.org/10.1016/j.nicl.2020.10220.

Terekhova Tatiana Alexandrovna. Doctor of Psychological Sciences, Professor of the Department of General Psychology. E-mail: terehovata@mail.ru

Trofimova Elena Leonidovna. Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Social, Extreme and Penitentiary Psychology. E-mail: trofimova-bgy@mail.ru

Malakhaeva Svetlana Karlovna. Candidate of Philosophy, Associate Professor at the Department of Sociology and Psychology. E-mail: smalahaeva@yandex.ru