

Бельских Алексей Викторович

аспирант кафедры психологии,

Санкт-петербургский государственный университет

Pbav94@rambler.ru

Alexey V. Belskikh

Postgraduate Student of Psychology

of St. Petersburg State University

Pbav94@rambler.ru

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ВЫЯВЛЕНИЕ ОБЩИХ И ЧАСТНЫХ МОТИВАТОРОВ ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

EMPIRICAL IDENTIFICATION OF GENERAL AND PARTICULAR MOTIVATORS OF GAMING ACTIVITY

***Аннотация.** Нашей целью было описать практическое исследование мотивации игровой деятельности. Мы провели исследование, где 632 человека описывали свой игровой опыт и особенности своей мотивации в игре. Обобщение данных позволило предпринять попытку осмыслить процесс мотивации игровой деятельности. Наш вывод: игра – это интеллектуальная задача, которую человек решает, удовлетворяя потребность в компетентности.*

***Ключевые слова:** игра, игровая деятельность, обучение, мотивация, мотивация игровой деятельности, внутренняя мотивация, геймдизайн, геймификация.*

***Abstract.** Our aim was to describe a practical study of the motivation of gaming activity. We conducted a study where 632 people described their gaming experience and the specifics of their motivation in the game process. The generalization of the data made it possible to try to comprehend the process of motivation of gaming activity. Our conclusion: the game is an intellectual challenge that a person succeeds by satisfying the need for competence.*

***Keywords:** game, game activity, training, motivation, motivation of game activity, internal motivation, game design, gamification*

Современное состояние проблемы. Игры уже давно широко рассматриваются, как метод обучения. В самой структуре игры заложен её мотивационный аспект. По определению игры Йоханом Хёйзинга: игра – это добровольная деятельность, которая происходит ради самой себя [3].

Этот мотивационный аспект обладает мощным педагогическим потенциалом. Он позволяет эффективнее и дольше сосредоточивать внимание, поддерживать работоспособность и лучше сохранять в памяти тот материал, которому мы хотим обучить человека [2].

В своём исследовании «Мотивационные предикторы игровой деятельности в профессиональном обучении», мы поставили проблему общего мотиватора для всех типов игр: есть ли такой мотиватор, а если нет, то какова мотивационная специфика для каждого типа игр.

Цель исследования: выявить общий мотиватор для игровой деятельности;

Задачи исследования: 1) составить рабочую классификацию игр; 2) составить классификацию мотивов; 3) подготовить авторскую анкету; 4) произвести анкетирование; 5) проанализировать данные и сформулировать выводы.

Гипотезы исследования: Основная гипотеза: существуют общие мотиваторы игровой деятельности; альтернативная гипотеза: игры имеют разный мотивационный профиль.

Предмет исследования: игровая деятельность.

Объект исследования: люди, имеющие игровой опыт.

Выборка участников исследования. В нашем исследовании приняло участие 635 человек от 13 до 99 лет, у которых был игровой опыт в различных играх, из которых 71% - женщины, 29% – мужчины. Возрастные диапазоны: от 13 до 17 – 9,2% от нашей выборки, от 18 до 25 – 47,5%, от 26 до 70 – 48,5%, от 70 до 95 – 0,4%.

Методы исследования. В качестве использованного нами метода было выбрано анкетирование. Ранее для формирования классификации игр и мотиваторов мы использовали структурированное интервью с 10 экспертами в области геймдизайна и контент-анализ, для обобщения и осмысления полученных данных.

На основании теоретического исследования мы составили свою классификацию игр:

1. Компьютерные игры – игры на компьютере;
2. Консольные игры – игры на игровых приставках, типа Sony Playstation, Xbox;
3. Мобильные игры – игры на мобильных телефонах;
4. Настольные игры – игры, в которые играют с помощью предметов, имеющихся на столе;
5. Карточные игры – игры в карты.
6. Игры с использованием тела – игры, где используется человеческое тело;
7. Спортивные игры – игры, считающиеся спортом;
8. Ролевые игры – игры, где необходимо отыгрывать роль;
9. Деловые игры – игры для развития определенных навыков.

Дополнив и переработав модель мотивации Ю-Кай Чоу [6], мы предложили следующий список мотивов:

1. Мотивация цель игры – желание достичь требуемой игрой цели;
2. Мотивация развития – желание развиваться через игру;
3. Мотивация достижения – желание достигать специфически-значимых для игрока целей;

4. Мотивация творчества – желание выразить себя через игру;
5. Мотивация обладания – желание обладать какими-то предметами реальными или мнимыми;
6. Мотивация влияния – желание оказывать влияние на игру и её ход;
7. Мотивация отношений – желание быть в контакте с другими игроками;
8. Мотивация редкости – желание иметь или испытать редкий опыт;
9. Мотивация непредсказуемости – желание испытывать WOW-эффект от непредсказуемого развития игры;
10. Мотивация избегания – желание избежать неблагоприятного развития игры (например проигрыша);
11. Мотивация досуга - желание провести свой досуг.

Результаты исследования. После анкетирования мы оценили средние показатели по выраженности каждой игры и получили такую диаграмму.

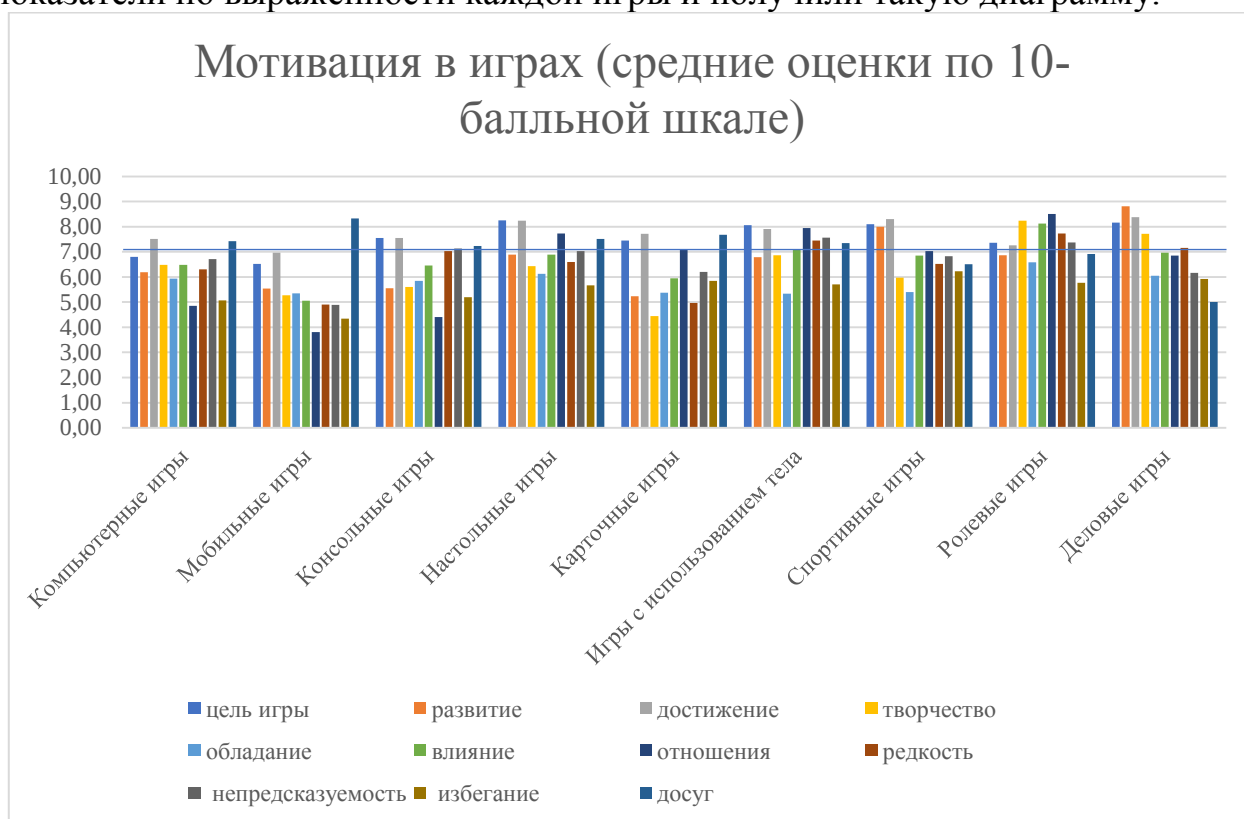


Рис. 1. Мотивация в играх (средние оценки по 10-балльной шкале)

Компьютерные игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Достижения (7,51) и Досуга (7,43).

Мобильные игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Досуга (8,33).

Консольные игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Цель игры (7,55), Мотивация Достижения (7,55) и Мотивация Редкость (7,03), Мотивация Непредсказуемости (7,13) и Мотивация Досуга (7,24).

Настольные игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Цель игры (8,25), Мотивация Достижения (8,24), Мотивация отношения (7,72), Мотивация Непредсказуемости (7,03) и Досуга (7,52).

Карточные игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Цель игры (7,45), Мотивация Достижения (7,72), Мотивация отношения (7,11) и Мотивация Досуга (7,68).

Игры с использованием тела. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Цель игры (8,06), Мотивация Достижения (7,91), Мотивация Влияния (7,08), Мотивация Отношения (7,95), Мотивация Редкости (7,45), Мотивация Непредсказуемости (7,56) и Досуга (7,34).

Спортивные игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Цель игры (8,1), Мотивация развития (8,0), Мотивация Достижения (8,31) и Мотивация Отношения (7,03).

Ролевые игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Цель игры (7,36), Мотивация Достижения (7,26) и Мотивация Творчества (8,23), Мотивация влияния (8,13), Мотивация отношения (8,51), Мотивация Редкости (7,73), Мотивация Непредсказуемости (7,37).

Деловые игры. Самые высокие показатели по мотивации — это Мотивация Цель игры (8,16), Мотивация Развития (8,81), Мотивация Достижения (8,38), Мотивация Творчества (7,72), Мотивация Редкости (7,16).

Эта же закономерность различной выраженности мотиваторов ещё лучше видна, если эти данные представить в таблице.

	ЦИ	Разв	Дост	Твор	Обл	Влия	Отн	Ред	Непр	Изб	Дос
Комп			7,51								7,43
Моб											8,33
Конс	7,55		7,55					7,03	7,13		7,24
Наст	8,25		8,24				7,72		7,03		7,52
Карт	7,45		7,72				7,11				7,68
Тело	8,06		7,91			7,08	7,95	7,45	7,56		7,34
Спорт	8,1	8	8,31				7,03				
Роль	7,36		7,26	8,23		8,13	8,51	7,73	7,37		
Дело	8,16	8,81	8,38	7,72				7,16			

Таблица 1. Таблица выраженности мотиваторов в различных типах игр (средняя оценка испытуемыми по 10-балльной шкале). В таблице не представлены мотиваторы, оцененные испытуемыми ниже цифры 7.

Исходя из предыдущей таблицы видно, что в Мотиваторе «Цель игры» представлен в 7 из 9 типов игр, а в Мотиваторе «Достижения» - 8 из 9 типов. Мы оценили то, как распространяется каждый мотиватор во всех типах игр, а также подсчитали среднее значение. И вот, что получилось.

	ЦИ	Разв	Дост	Твор	Обл	Влия	Отн	Ред	Непр	Изб	Дос
Кол-во средних больше норматива	7	2	8	2	0	2	5	4	4	0	6
Средн	7,84	8,05	7,86	7,97	0	7,6	7,66	7,34	7,27	0	7,59

Таблица 2. Показатели количества средних значений выраженности мотиваторов в различных типах игр, оказавшихся выше норматива (за норматив принята цифра 7)

Мы увидели, что среди мотиваторов, с показателями выше норматива, в разных играх самые распространенные – это мотиватор цели игры (7 случаев), мотиватор достижения (8 случаев), мотиватор досуга (6 случаев).

Исходя из данных можно сказать, что люди играют в игры, чтобы выиграть (цель игры, поставленная разработчиками), добиться каких-то собственных специфических целей (мотивация достижения или цель, поставленная игроком) и занять свое свободное время (мотивация досуга, что подтверждает слова Й.Хёйзинга, что игра – деятельность, которая делается ради себя самой).

Обсуждение результатов. Несмотря на то, что полного соответствия мотивационного профиля по играм найти не удалось, мы обнаружили 3 мотива, которые в достаточно высокой степени проявляется почти в каждом типе игры, кроме ролевых. Это мотиватор достижения, мотиватор цели игры и мотиватор досуга.

Не лишним будет упомянуть, что в мобильных играх мотивация достижения была крайне близка к выбранному нами параметру (6,97). Если и есть у игр общий мотиватор, то это мотиватор собственных целей, поставленных игроком. Вероятно, при продолжении исследований, это может подтвердиться.

Очевидно, что люди играют для того, чтобы добиться общей цели игры: забить гол, поставить мат, победить босса, но и для того, чтобы реализовать какие-то специфические цели: забить гол на последней минуте, поставить мат в 4 хода, победить босса 1 ударом.

Также игры нужны для проведения досуга. В игры играют, так как это весело, потому что люди получают «фан» - особый сорт удовольствия, который заставляет людей продолжать игру [1], приравненное к состоянию потока [4]

Это позволяет нам сформулировать принцип мотивации игры: игра мотивирует людей, когда даёт им интересную задачу для решения. Человек может сам для себя сформулировать эту задачу, но общий принцип заключается в том, что человек получает шанс узнать границы своих возможностей.

Сравнивая этот вывод с теоретической частью, мы приходим к тому, что игра – это возможность человека узнать на что он способен, проявить свою компетентность.

Выводы

1. Игра – явление полимотивированное;
2. Мотивация достижения, мотивация цель игры и мотивация досуга являются практически универсальными мотиваторами практически для всех типов игр;
3. При создании в обучающем материале интересных задач оптимальной сложности позволят усиливать мотивацию обучаемых.

Литература:

1. Костер Р. *Разработка игр и теория развлечений / пер. с англ. О.В. Готлиб.* – М.: ДМК Пресс, 2018. – 288 с.: ил.

2. Третьяков В.П. Порождающие игры. Практическое руководство по применению. – Х., Изд-во «Гуманитарный центр», 2016. – 240 с;
3. Хёйзинга Й. Человек играющий / Йохан Хёйзинга; [пер.с нидерл. Д.В. Сильвестрова; коммент. Д.Э. Харитоновича]. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2019. – 400 с. – (Азбука-классика. Non-fiction);
4. Чиксентмихайи М. Поток: Психология оптимального переживания / М.Чиксентмихайи – «Альпина Диджитал», 2011. - 461 с.
5. Ю-Кай Чоу. Геймифицируй это. Как стимулировать клиентов к покупке, а сотрудников – к работе. / Ю-Кай Чоу ; пер. с англ. Д. Шалаева. – М.; «Бомбора», 2021. – 400 с. : ил.

References:

1. Koster R. Game development and fun theory / translated from English by O.V. Gotlib. - M.: DMK Press, 2018. - 288 p.
2. Tretyakov V.P. Generative games. Practical guide to application– - H., Publishing house "Humanitarian Center", 2016. - 240 p;
3. Huizinga Y. The man playing / Johan Huizinga; [translated from the Netherlands by D.V. Silvestrov; comment by D.E. Kharitonovich]. - St. Petersburg: Azbuka, Azbuka-Atticus, 2019. - 400 p. - (Azbuka-classics. Non-fiction);
4. Chiksentmihayi M. Potok: The psychology of optimal experience / M.Chiksentmihayi - "Alpina Digital", 2011. - 461 p.
5. Yu-Kai Chow. Gamify it. How to encourage customers to buy, and employees to work. / Yu-Kai Chou; translated from the English by D. Shalaev. - M.; "Bombora", 2021. - 400 p.