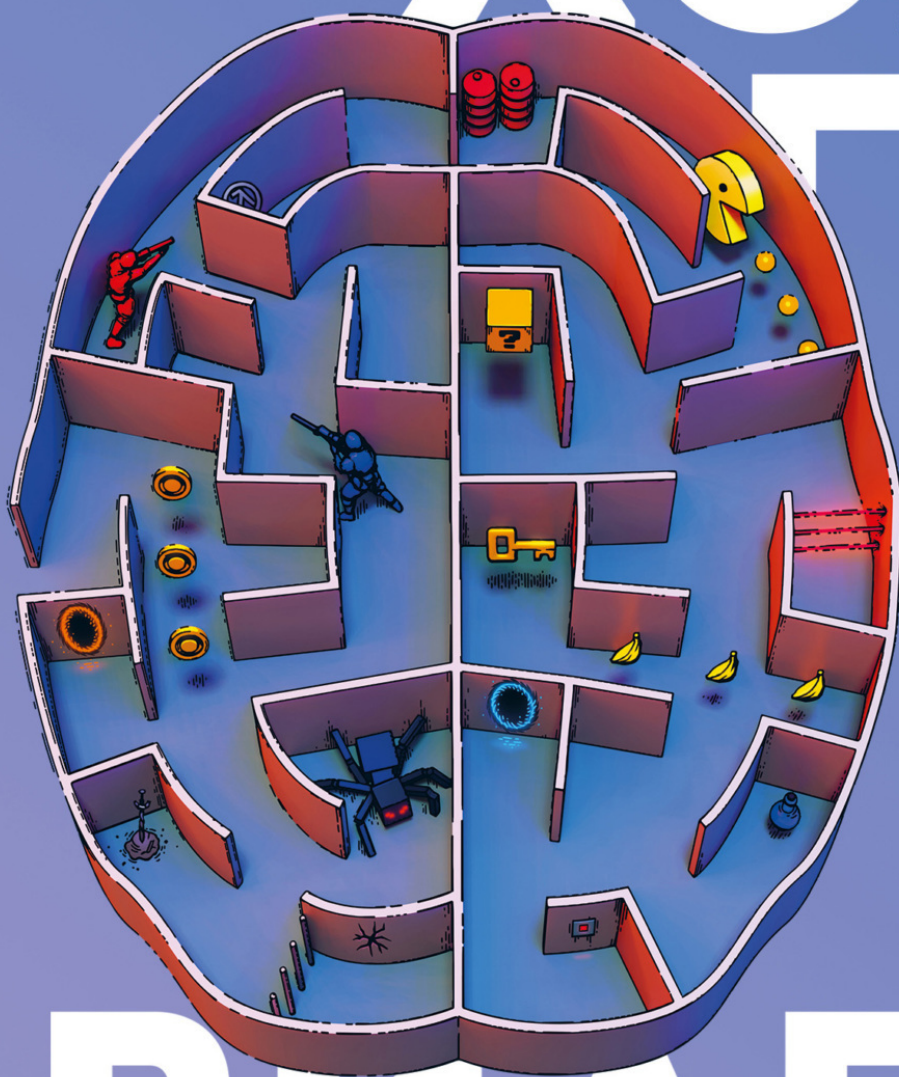


ДЖЕЙМ
МЭДИГАН

Психология



ВЗГЛЯД ПСИХОЛОГА НА ВИДЕОИГРЫ, ГЕЙМЕРОВ И ИГРОВУЮ ИНДУСТРИЮ

ВИДЕО ИГР

Мировой компьютерный бестселлер. Гейм-дизайн

Джейми Мэдиган

**Психология видеоигр. Взгляд
психолога на видеоигры,
геймеров и игровую индустрию**

«ЭКСМО»

2016

УДК 004.4:159.9
ББК 77.096с.я92+88.4

Мэдиган Д.

Психология видеоигр. Взгляд психолога на видеоигры, геймеров и игровую индустрию / Д. Мэдиган — «Эксмо», 2016 — (Мировой компьютерный бестселлер. Гейм-дизайн)

ISBN 978-5-04-191715-9

Эта книга станет для вас отличным проводником в психологию видеоигр. Вы изучите тему с трех сторон: тех, кто играет в игры; тех, кто делает игры; тех, кто продает игры. Вы поймете, как игры и игровой маркетинг влияют на игроков и как люди могут наладить здоровый подход к ним. Научитесь использовать психологию, чтобы создавать увлекательные игры, которые удовлетворяют потребности игроков, не начиная их эксплуатировать. А также узнаете, какие подходы к маркетингу, развитию сообщества, социальным сетям и ценообразованию работают в игровой индустрии. В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

УДК 004.4:159.9
ББК 77.096с.я92+88.4

ISBN 978-5-04-191715-9

© Мэдиган Д., 2016
© Эксмо, 2016

Содержание

Благодарности	6
Вступление	7
Часть первая	12
I. Почему нормальные люди сходят с ума в онлайн?	12
II. Почему люди читерят, взламывают игры и подсматривают в гайды?	22
Конец ознакомительного фрагмента.	26

Джейми Мэдиган

Психология видеоигр. Взгляд психолога на видеоигры, геймеров и игровую индустрию

Посвящается моим товарищам с Gamesru, которые научили меня радоваться видеоиграм

Jamie Madigan

GETTING GAMERS

The Psychology of Video Games and Their Impact on the People who Play Them

Copyright © 2016 by Harold James Madigan

This edition published by arrangement with Taryn Fagerness Agency and Synopsis Literary Agency

Автор иллюстрации на обложке Андрей «tramdreu» Негруль

© Курошев М.М., перевод на русский язык, 2023

© Негруль А., иллюстрация на обложке, 2023

© ООО «Издательство «Эксмо», 2023

Благодарности

Я благодарен тем, кто вдохновлял меня и помогал в работе над этой книгой. Спасибо за поддержку моей жене Джералин. Пусть она не до конца понимает мою одержимость видеоиграми, но знает, насколько они важны для меня. Также спасибо моим дочерям, Сэмми и Мэнди, за то, что играли со мной и обсуждали все, что видели. Благодарю своего агента, Кортни Миллер-Каллахан, и редактора, Сюзанну Сташак-Сильву, за то, что поверили в меня и убедили остальных в том, что эта книга – хорошая идея. Огромное спасибо всем тем, кто нашел время пообщаться со мной по телефону или ответить по почте, в том числе Джеффри Лину, Дэвиду Макрэйни, Эндрю Пшибыльски, Скотту Ригби, Нику Йи, Рону Фаберу, Дмитрию Уильямсу, Ниру Эялю, Николасу Дэвидсону, Джереми Блэкберну, Моррису Холлбруку, Роберту Шиндлеру, Николасу Боуману, Майку Амбиндеру, Максу Ло, Вай Йень Тану, Дэйву Марку и Стиву Гэйнору. Отдельное спасибо Саманте Науманн за то, что спасла, несколько раз сходя за меня в библиотеку. И самое большое спасибо всем посетителям www.psychologyofgames.com, особенно тем, кто написал мне и поприветствовал на конференциях. В конце концов, именно вы вдохновили меня написать книгу. Вы крутые!

Вступление

Видеоигры зародились в 1680-е в маленькой норвежской деревушке, где не по годам развитый рыбак по имени Билли «SadPanda42» Джексон создал *Call of Duty 3* из палок и на кураже. Скажу честно, предложение выше – неправда. Но говорят, что каждая книга о видеоиграх должна начинаться с исторической справки – про то, как в 1962 году один изобретательный задрот из MIT придумал *Spacewar!*, и про то, как в барах появились первые автоматы с *Pong*. Ну и я подумал, что чем быстрее разделаюсь с этим, приложив минимум исследований, тем быстрее мы перейдем к тому, что всех действительно волнует: к играм сегодняшним.

Индустрия огромна! Вот парочка впечатляющих цифр: согласно отчету Entertainment Software Association (ESA) за 2015 год, более 51 % американских семей владеют хотя бы одной игровой консолью (например, WiiU¹, PlayStation или Xbox). Кроме того, ESA выяснила, что 155 миллионов американцев играют регулярно, и в общей сложности они потратили на свое хобби 22,4 миллиарда долларов. Эти цифры станут еще больше, если учесть другие устройства, такие как телефоны, планшеты и PC. В магазинах Google Play и Apple Store опубликовано по 800 тысяч² приложений, и в своем пресс-релизе³ от января 2015 года Apple отчиталась, что пользователи потратили больше 10 миллиардов долларов на одни только приложения. Выход новых игр в больших франшизах становится событием сам по себе, что вынуждает геймеров в ожидании кучковаться у магазинов. К примеру, *Grand Theft Auto V*, новинка среди игр с открытым миром, принесла создателям 800 миллионов долларов за первый день и, словно это было недостаточно впечатляюще, набрала еще 200 миллионов за следующие 48 часов⁴. Мы живем в мире, где игра зарабатывает более миллиарда долларов за меньшее время, чем требуется на поход в прачечную.

Гейминг становится социальным явлением и в большей степени отражает общественный опыт. Свыше 70 тысяч геймеров приехали в Сиэтл, чтобы посетить выставку Penny Arcade Expo (PAX), где общались, изучали новинки и слушали своих кумиров, рассказывающих о разработке игр. Билеты распродали за шесть часов, а стоили они от 40 до 95 долларов, в зависимости от количества дней, на которые вы планировали приехать. Желанные пропуска на четыре дня закончились за 23 минуты. В ответ на растущую популярность были организованы аналогичные по масштабам выставки в Бостоне, Сан-Антонио и даже Сиднее в Австралии. Билеты по-прежнему раскупают за считанные часы, и люди готовы приехать из любой точки мира! Другие ежегодные ориентированные на потребителей мероприятия, вроде Blizzcon и QuakeCon, тоже привлекают десятки тысяч участников. Видеоигры занимают значимое место и на более масштабных ивентах вроде San Diego Comic-Con и South by Southwest, куда стягиваются уже сотни тысяч посетителей.

Даже если вам неинтересны крупные консольные релизы, вы не едете в Сиэтл и не спите в машине три дня подряд ради того, чтобы попасть на выставку, вас все еще окружают игры. Смартфоны, Facebook⁵, интернет – повсюду самые разные виды игр! Согласно отчетам⁶ анали-

¹ Книга в оригинале была издана в ноябре 2015-го. Актуальность цитируемых материалов соответствующая. – Прим. пер.

² На момент издания книги в одном только Google Play уже более двух миллионов приложений. – Прим. пер.

³ Apple, «App Store Rings in 2015 with New Records», пресс-релиз Apple, 8 января 2015 г. <http://www.apple.com/pr/library/2015/01/08App-StoreRings-in2015with-New-Records.html>. – Прим. авт. (На момент издания книги ссылка недоступна. – Прим. ред.)

⁴ James Brightman, «GTA V Exceeds \$1 billion in Only 3 Days», *GamesIndustry International* (блог), 20 сентября 2013 г. <https://www.gamesindustry.biz/gta-v-exceeds-usd1billion-in-only3days>. – Прим. авт.

⁵ Принадлежит компании META, которая признана экстремистской на территории РФ. – Прим. ред.

⁶ Wybe Schutte, «Infographic: The US Games Market», Newzoo, 12 декабря 2013 г. <http://www.newzoo.com/infographics/infographic-the-us-gamesmarket>. – Прим. авт. (На момент издания книги ссылка недоступна. – Прим. ред.)

тиков рынка, а также по мнению всех скучающих жителей пригородов, за последние годы сегмент смартфонов и планшетов стал самым быстрорастущим во всей игровой сфере. Если вам приходилось стоять в очереди или сидеть на скучном совещании в офисе, вы наверняка играли в какую-нибудь *Game of War*, *Dragon City*, *Clash of Clans* или подобные им. И наверняка на том совещании в нее играли не только вы. King, разработчики красочного пазла *Candy Crush Saga*, сообщили в пресс-релизе⁷ от ноября 2013-го, что за первый год игру скачали и установили на Facebook⁸ и мобильных устройствах около полумиллиарда раз. Звучит невероятно, но хоть King и лидирует, другие не отстают. Мобильные и социальные игры расширяют определение «видеоигр» и помогают им проникнуть во все уголки поп-культуры.

В Америке есть незбылемые вещи вроде бойскаутов и газировки. Теперь к значкам за разжигание костров и навигацию по лесам (которые горят из-за костров) добавился новый: «Гейм-дизайн». Выдается он за критический анализ дизайна и тематики четырех игр, которые вы прошли. Этим можно заняться, параллельно потягивая Mountain Dew «Спартанское топливо» в специально оформленной бутылке с Мастером Чифом, героем серии шутеров *Halo*, на этикетке. В 2013 году Смитсоновский музей американского искусства даже начал включать в свою постоянную коллекцию игры (например, *Flower* от thatgamecompany) ради надежного сохранения⁹ образчиков искусства и культуры. А сейчас мы то и дело встречаем персонажей, играющих в игры, как в телесериале «Теория большого взрыва», или же продакт-плейсмент, к примеру промелькнувший в «Во все тяжкие», где Уолтер-младший играет в столь подходяще названную *Rage*.

Надо отдать им должное, эти телешоу все чаще и чаще показывают геймеров такими, какие они есть, – нормальными людьми. На протяжении всей книги термин «геймер» я использую в широком смысле. Некоторым не нравится этот ярлык, они считают его слишком ограниченным, слишком грубым, или же он вызывает много неприятных ассоциаций. Я все понимаю, но давайте честно: я не буду каждый раз писать «люди, которые играют в видеоигры», когда есть краткий и емкий синоним. Как меняется понятие видеоигр, так меняется и значение термина «геймер». Во-первых, это не исключительно детское увлечение. Те, кто застал Марио, Линка или Думгая, все еще любят то же, что и в детстве. Согласно отчету ESA, больше 74 % игроков старше 18 лет, а средний возраст – 35 лет. Из всех геймеров 50 % – женщины всех возрастов. Обе мои дочери обожают играть, как и их друзья. Геймеры – не цельная группа в плане того, как они играют в игры. Маркетологи любят классифицировать: кор-аудитория, «хардкорщики», «казуальщики», мобильные игроки. То, к какой категории вы относитесь, не имеет значения, как и то, к какой подгруппе «потребителей снеков» вас отнесет Frito-Lay¹⁰. Суть в том, что вы, скорее всего, геймер в душе, как и многие люди вокруг. Старые стереотипы про то, что в игры играют дети, неудачники или отшельники, давно не актуальны. В статье от 2014 года с потрясающим названием «Непопулярные, толстые и социально неприспособленные: переосмысление стереотипов об онлайн-геймерах» Рэйчел Коверт, Рут Фестл и Торстен Квандт случайно выбрали и опросили¹¹ 4500 игроков, пользуясь технологией Древних под названием «телефон». После опроса несчастных респондентов об их популярности, при-

⁷ King, «Candy Crush Saga Celebrates One Year Anniversary and Half a Billion Downloads», пресс-релиз King, 15 ноября 2013 г. <http://company.king.com/news-and-media>. – Прим. авт.

⁸ Принадлежит компании META, которая признана экстремистской на территории РФ. – Прим. ред.

⁹ April Fehling, «Museums Give Video Games Bonus Life, but the Next Level Awaits», *All Tech Considered* (блог), 23 декабря 2013 г. <http://www.npr.org/blogs/alltechconsidered/2013/12/22/255843345/museums-givevideo-games-bonus-life-but-the-next-level-awaits>. – Прим. авт.

¹⁰ Frito-Lay – производитель разных снеков, входит в состав холдинга PepsiCo. Основные бренды – Fritos, сырные палочки Cheetos, чипсы из тортильи Doritos и Tostitos, картофельные чипсы Lay's, Ruffles и Walkers, а также крендельки Rold Gold. – Прим. ред.

¹¹ Rachel Kowert, Ruth Festl and Thorsten Quandt, «Unpopular, Overweight, and Socially Inept: Reconsidering the Stereotype of Online Gamers», *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 17, no. 3 (2014): 141–146. — Прим. авт.

влекательности, досуге и общительности исследователи не нашли разницы между теми, кто играет в игры, и теми, кто не играет. Сейчас существует слишком много возможностей играть в игры, чтобы это хобби оставалось в рамках лишь одной социальной группы.

И даже если вы абсолютно уверены, что ни разу в жизни не запускали видеоигру, даже мобильную, даже браузерную, они все равно на вас влияют. Извлеченные из игр уроки про то, как сделать какое-то занятие увлекательным, веселым и располагающим к общению, работают и в других сферах жизни. Благодаря такому направлению, как «серьезный гейминг», игровые черты стали внедряться в иные, не связанные с развлечениями области. Бонусные программы в магазинах или на сайтах, например, строятся на тех же принципах. Заполнение профиля в LinkedIn со шкалой прогресса или развитие социальной сети работает как игра. Есть и более масштабные инициативы вроде Block by Block. Это проект, который через *Minecraft* знакомит молодое поколение с программой ООН о населенных пунктах, чтобы помочь пользователям создавать прототипы новых общественных мест, пострадавших от природных катастроф или бедности. В режиме «песочницы» дети строят парки и футбольные поля у набережных в Ле-Ке на Гаити. Мне в детстве не удавалось сделать ничего столь потрясающего, я довольствовался лишь обычными кубиками.

Видеоигры используются в учебных заведениях и открывают новые пути познания для детей и взрослых. И я сейчас говорю не про что-то типа «Кролик Надоеда учит печатать», а про специально переработанные *Portal* или *Civilization*, которые учат кодингу, физике, архитектуре, политологии, истории – и вполне успешно! Игры проникают и в рабочие сферы, через «геймификацию» процесса, чтобы людям было интереснее работать и получать результаты, которые им понравятся. Составляющие геймификации задевают те же «крючки» психологии и странностей человеческой природы, что и игры в качестве развлечения. Нужно уяснить, что психология помогает не только когда мы играем, но и когда совершаем покупки, учимся, работаем, вовлекаемся в политику. Эта наука также помогает понять, почему вам нравятся продукты или сервисы, действующие одни и те же психологические трюки, такие как электронные рассылки, форумы, Twitter, Pinterest или другие соцсети. Применение психологии игр к другим программным продуктам – это вполне логично.

Поэтому вместе с продажами игр растет и академический интерес к ним. Наряду с теми, кто играет просто для удовольствия, многие современные ученые, выросшие на видеоиграх, хотят изучать то, что им интересно, и то, что они считают важнейшим средством информации своей эпохи. Так что эти светлые умы надевают лабораторные халаты, хватают блокноты и расширяют области изучения социологии, экономики и коммуникаций с помощью исследований видеоигр и виртуальных миров. Психология, исследующая психические процессы и поведение, стала особенно полезной для понимания видеоигр и людей, которые в них играют. Всего несколько лет назад было невозможно представить, что появятся признанные экспертами научные издания, такие как *Journal for Virtual Worlds Research* («Журнал исследований виртуальных миров»), *Games and Culture* («Игры и культура»), *Computers in Human Behavior* («Компьютеры в человеческом поведении»), *International Journal of Human-Computer Studies* («Международный журнал человеко-компьютерных исследований») и *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* («Киберпсихология, поведение и социальные связи»). И все же вот они: самые настоящие публикации, которые можно держать в руках, читать и бить ими кого-нибудь по голове. Даже в уважаемых авторитетных изданиях вроде *Journal of Applied Psychology* («Журнал прикладной психологии»), *Journal of Personality and Social Psychology* («Журнал личности и социальной психологии») и *Psychological Bulletin* («Психологический бюллетень») теперь часто появляются исследования, посвященные виртуальным мирам и видеоиграм. Как мы еще увидим, если вы играли в игры от Valve, Ubisoft, Electronic Arts, Riot Games, Microsoft и многих других компаний, то прочувствовали положительный эффект от этих исследований, ведь психологи помогли сделать игры лучше.

Каждый сможет почерпнуть что-нибудь полезное из этой книги. Если вы просто играете, то найдете тут много познавательной информации. Вам интересно, почему люди играют в игры, почему они иногда чиртят и что заставляет некоторых из них так психовать и ругаться в онлайн? Те из нас, кто играет в игры, смогут благодаря этой книге лучше понимать и контролировать поведение, подбирать хороших товарищей по команде, больше радоваться победам, получать больше удовольствия от покупок и выбирать подходящие игры для себя или своих детей. Более того, мы также сможем помогать другим игрокам, учитывая, как наше поведение влияет на их восприятие и мысли.

Разработчикам игр и тем, кто сейчас только учится этой специальности, моя книга тоже очень пригодится. Во время написания я заметил, что те, кто разрабатывает игры и управляет игровыми сообществами, – довольно умные люди. Они обращают внимание на работающие вещи и внедряют их. Успех внедрения базируется на понимании психологии, даже если прямой связи с ней как таковой нет. Знание базовых терминов для обсуждения того, что происходит в умах игроков, поможет в различных дискуссиях. Точное понимание сознания, мыслительных процессов, процессов принятия решений и возникновения эмоций у игроков поможет разработчикам делать игры лучше практически во всех аспектах. Психология – ключ к тому, чтобы они стали увлекательнее, чтобы люди дольше играли в них и обсуждали их, прежде чем поставить на полку или сдать в магазин вторички. Такое не происходит случайно, и в книге я четко обозначу и опишу многие трюки, которые применяют разработчики, чтобы игроки ощутили гордость, воодушевление, мотивацию и радость. Это касается и тех, кто управляет сообществами игроков и потребителей, даже если они никогда не напишут ни строчки кода и не протестируют ни одного прототипа. Социальная психология полна открытий, которые помогут группам игроков ладить друг с другом, делиться находками и кооперироваться... или же соревноваться, враждовать и предаваться фанатизму, если вам такое по нраву. Я осуждать не буду.

И не стоит забывать о маркетологах. Понимание мотивации геймеров в играх и того, как они тратят деньги, поможет продавать больше продуктов, физических или цифровых. Игры теперь продаются не только в физических магазинах, упакованные в коробки, за 50 или 60 долларов. Мобильные игры пытаются выжать максимум из первого платежа в 99 центов, а цифровая дистрибуция и внутриигровые магазины придумали множество способов, как подтолкнуть нас к импульсивным покупкам, если подгадать верный момент. А еще можно заставить игроков делиться своими игровыми достижениями в социальных сетях, и это иногда важнее, чем сам факт покупки. Психология поможет отделам по продажам и маркетингу понять, почему одни тактики работают лучше, чем другие, и при каких обстоятельствах они заработают еще эффективнее (только не рассказывайте этим ребятам, что я выдаю их секреты, так как игроки, вооруженные этой информацией, смогут лучше защитить себя от навязанных продаж). Эта книга состоит из четырех частей: (1) почему геймеры делают то, что они делают, (2) почему разработчики игр делают то, что они делают, (3) почему те, кто занимаются маркетингом и продажей игр, делают то, что они делают, и (4) как видеоигры влияют на нас. Я обязательно рассмотрю исследования, проведенные специально в контексте видеоигр и виртуальных миров, но не буду ограничиваться исключительно этой свежей темой. Если классическое психологическое исследование может что-то предложить современным геймерам через изучение универсальных истин о человеческом разуме, то я затрону и эту тему. В отличие от многих других книг, эта рассматривает вещи в широком смысле и затрагивает множество различных аспектов психологии видеоигр. Она не фокусируется только на одном. Глядя на популярную прессу и даже академические журналы, легко увязнуть в одних и тех же спорных темах, таких как насилие в видеоиграх и зависимость от них, или в узко сфокусированных – вроде геймификации и образовательных игр. Я коснусь всего этого, но психология предлагает игрокам и создателям видеоигр гораздо больше, чем можно почерпнуть из заголовков новостей.

В первой части, «Те, кто играет», я рассмотрю наиболее важные вопросы о типичном поведении и характере игроков, на которые может ответить психология. Некоторые из этих тем будут посвящены неприятным аспектам игровой культуры, таким как: почему люди чирят в видеоиграх, почему в нас просыпается соревновательный дух и почему словесные перепалки и прямые оскорбления иногда выходят из-под контроля. Но я также представлю исследование о том, как при помощи психологии можно обуздать такое поведение в себе и в других. Вы узнаете, как правильный контекст или правильная подсказка могут сделать людей сговорчивее и толерантнее и помочь им больше радоваться собственным достижениям. В этой части книги мы также рассмотрим, откуда с психологической точки зрения берется ностальгия по старым играм и почему мы любим возвращаться к классике.

Вторая часть, «Те, кто делает», исследует интересные и геймеров, и разработчиков игр вопросы о том, почему некоторые дизайнерские приемы так широко распространены. В основном потому, что они работают, а причина, по которой они работают, часто связана с психологией. Мы изучим мотивирующую природу игровых квестов и достижений и то, как их можно улучшить, чтобы игроки понимали, чего хотят от видеоигры. Также мы рассмотрим, как усовершенствовать системы лута (читай «сокровищ») и наград в видеоиграх, чтобы вызвать эндорфинный «щелчок» в мозге, и как создать захватывающий игровой мир, который затянет игроков на часы.

В третьей части, «Те, кто продает», я расскажу о некоторых уловках из сферы маркетинга и продаж, которые используют компании, чтобы вытащить денежку из игроков и вынудить их продвигать продукт, а также почему некоторые из этих методов существуют лишь в игровой сфере. Эта часть будет основываться на исследованиях в области принятия решений и психологии потребителей. Тут мы увидим, как цифровая дистрибуция влияет на психологию продаж в случаях, когда игроки выбирают услуги по подписке и когда они с большей вероятностью потратят немного (или даже много) денег на внутриигровые покупки. Мы также увидим, как пользователей мотивируют добровольно заниматься бесплатным продвижением игр среди друзей и родственников, и попытаемся понять, почему так много людей продлевают подписки и не отказываются от них.

Наконец, в четвертой части, «Сами игры», я завершу цикл, рассмотрев влияние видеоигр на нас, игроков. Мы узнаем не только о том, что говорит о нас выбор игрового аватара, но и о том, как он влияет на наше поведение внутри и вне игры. Вопрос, сказывается ли на нас насилие в видеоиграх и почему оно зачастую так привлекательно, мы тоже разберем. Предупреждаю: вывод может быть не таким, как вы ожидаете. Наконец, я опровергну предположение о том, что игры делают нас глупее и уменьшают концентрацию внимания. Мы изучим некоторые исследования, где утверждается, что подходящие игры могут на самом деле даже улучшить наши умственные способности.

Получается широкий список тем. Я обещаю, что будет весело и познавательно. Я могу время от времени использовать игровой жаргон, но сделаю все возможное, чтобы разъяснить эти вещи, ведь у вас может не быть специальных знаний о видеоиграх. Но если вы знаете об играх все, это тоже круто. Нужно как-нибудь встретиться. Самое замечательное в психологии видеоигр – то, как широко она применима. Принципы, теории и результаты исследований, которые я буду обсуждать, относятся к широкому спектру видеоигр. Если вы не очень хорошо знакомы с *Dota 2* или жанром головоломок «три в ряд», не переживайте; этот материал будет актуален и для уже известных вам игр, и для тех, с которыми вам только предстоит столкнуться.

Стоит также упомянуть, что у меня есть сайт www.psychologyofgames.com, который работает как приложение к книге. Вы можете зайти туда, чтобы получить дополнительную информацию, прочесть интересные истории, а также увидеть результаты исследований – обновленных или же тех, что не попали в книгу. Но раз уж вы здесь, приступим!

Часть первая Те, кто играет

І. Почему нормальные люди сходят с ума в онлайн?

Геймеры не токсичны с рождения. Все задает контекст, в самой игре и вне ее, влияя на поведение. Проявляя токсичные черты даже в добрых людях.

Джефффри Лин¹², ведущий дизайнер социальных систем в League of Legends

Онлайн-игра *League of Legends* возмутительно популярна. Огромный многотонный монолит в жанре «мультиплеерная боевая онлайн-арена» (Multiplayer Online Battle Arena, или МОБА), где за контроль над картой сражаются две команды по пять человек. Чтобы научиться действительно хорошо играть, требуются навыки кооперации, умение быстро принимать решения и понимание около 100¹³ разных персонажей на выбор. Каждый из этих персонажей, или, как их еще называют, «чемпионов», имеет сильные и слабые стороны, сам по себе и относительно других чемпионов. К 2013 году в *League of Legends* играли¹⁴ около 70 миллионов человек, из них 32 миллиона – на регулярной основе. Соревновательная сцена популярна настолько, что в октябре 2013 года грандиозный чемпионат по игре был проведен на спортивной арене Staples Center, «доме» баскетбольной команды Los Angeles Clippers. Люди съехались со всего мира, чтобы посидеть на трибунах и посмотреть матчи профессионалов в прямом эфире на огромных экранах. Уже через год чемпионату стало тесно на прежнем месте, и он переехал в Азию на площадки побольше. Из-за массовости посещения гранд-финал провели на стадионе Сангам в Сеуле в Южной Корее – на том самом огромном стадионе, где проходил Чемпионат мира 2002 года, – а еще 27 миллионов человек посмотрели¹⁵ его онлайн и по телевидению. Это больше просмотров, чем у финалов бейсбольной Мировой серии (23,5 млн) и баскетбольной NBA (15,5 млн в среднем за игру) в том же году¹⁶.

Вскоре после выпуска игры в 2009 году основатели Riot Games Брэндон Бек (бывший бизнес-консультант) и Марк Меррилл (бывший специалист по маркетингу) осознали, что вместе с успехом придут и проблемы с имиджем. Игра родилась из фанатской модификации для другого проекта, *Warcraft III*, и игроки мигрировали оттуда в *League of Legends*. Некоторые из этих людей вели себя просто кошмарно. Я имею в виду, что они были ужас какими отвратительными участниками. Достаточно было ненадолго окунуться в сообщество *League of Legends*, чтобы сразу же столкнуться с оскорблениями, сексизмом, расизмом и самой разной мерзостью, какая только есть в интернете. Давайте проясним: там были и хорошие, дружелюбные люди – я знаю некоторых из них лично. Но количество игроков в *League of Legends* плюс конкурент-

¹² Jeffrey Lin, «Enhancing Sportsmanship in Online Games», лекция в рамках Game Developers Conference 2014, Сан-Франциско, 19 марта 2014 г. – *Прим. авт.*

¹³ На момент издания книги уже более 140. – *Прим. пер.*

¹⁴ John Gaudiosi, «How Riot Games Created the Most Popular Game in the World», *Fortune Tech Technology* (блог), 10 июля 2013 г. <https://fortune.com/2013/07/10/how-riot-games-created-the-most-popular-game-in-the-world>. – *Прим. авт.*

¹⁵ «Worlds 2014 by the Numbers», Riot Games, 1 декабря 2014 г. <http://www.riotgames.com/articles/20141201/1628/worlds2014numbers>. – *Прим. авт.* (На момент издания книги ссылка недоступна. – *Прим. ред.*)

¹⁶ Patrick Dorsey, «League of Legends' Ratings Top NBA Finals, World Series clinchers», ESPN, 3 декабря 2014 г. https://www.espn.com/espn/story/_/page/instantawesome-leagueoflegends141201/league-legends-championships-watched-more-people-nba-finals-world-series-clinchers. – *Прим. авт.*

ность, анонимность и отсутствие последствий стали причиной настолько токсичного поведения, что оно вылилось в проблему. И эту проблему Беку и Мерриллу следовало решить.

За помощью они обратились к Джеффри Лину, молодому кандидату психологических наук. Лин, который был геймером с ранних лет, как раз увлекся когнитивной нейробиологией. Его особенно интересовало, как окружающая среда влияет на наши зрительные системы и заставляет нас делать очень неожиданные вещи. Но с их помощью мы многое поймем о работе разума. Лин получил докторскую степень в Вашингтонском университете и заработал несколько наград и стипендий. В конце концов он объединил любовь к научным исследованиям со своей страстью к видеоиграм, устроившись в корпорацию Valve в Сиэтле – к создателям таких выдающихся игровых франшиз, как *Half-Life*, *Portal* и *Left 4 Dead*. Ему поступали предложения заняться более традиционной научной деятельностью в другом месте, но Лин знал, что хочет строить карьеру в игровой индустрии. Работая в Valve, Лин продолжал время от времени играть в онлайн-игры вроде *Everquest*, где множество людей подключаются к общему виртуальному миру, чтобы играть и общаться. Во время одного игрового конвента в 2011 году Лин и несколько его друзей из *Everquest* решили встретиться лично. К его удивлению, некоторые из тех, кто редко говорил о своей личной жизни в интернете, тоже работали в игровой индустрии. Например, Кристина Норман была ведущим дизайнером популярной серии *Mass Effect* от Bioware. Она и еще один «игровой друг» из *Everquest* в то время трудились в Riot Games над *League of Legends*, поэтому пригласили¹⁷ Лина туда.

Они разговаривали на протяжении всей встречи. «В течение дня поднималась одна общая тема, – писал мне Лин по электронной почте. – Большинство разработчиков относятся к поведению игроков как к неразрешимой проблеме»¹⁸. Но Лин считал иначе. В итоге он встретился с основателями Riot, Беком и Мерриллом, которым не терпелось поговорить с кем-нибудь о психологии токсичного поведения в онлайн-играх. Что еще более важно, они хотели знать, как именно Лин со своим образованием и портфолио может помочь решить проблему. У Лина был ответ. «Я хотел создавать игры, учитывая психологию игроков, – вспоминал он. – Я хотел менять их поведение через инструменты самой игры». Задача выдалась нелегкая – скорее даже невыполнимая. Но возможность-то какая!

Спустя некоторое время Лин уже работал в Riot в междисциплинарной «команде по поведению игроков», куда входили деятели общественных наук, статистики, исследователи человеческого фактора, социологи, антропологи и тот парень, про которого никто не знает, чем он занимается, но вроде бы чем-то полезным. Цель группы: пресечь ужасное поведение игроков и заставить их вести себя более спортивно. Все сразу же приступили к работе.

Проблема, с которой столкнулось подразделение Riot, не была уникальной. Все онлайн-игры в той или иной степени страдают от токсичного поведения, и винят в этом анонимность игроков и их безнаказанность. В массовых многопользовательских онлайн-играх, таких как *World of Warcraft* и *EVE Online*, можно найти друзей и просто приятных людей, но там также полно тех, кто оскорбляет или преследует других игроков, используя методы, немыслимые в реальном мире. То, какая атмосфера царит в сообществах типа Xbox Live, давно у всех на слуху. И репутация у них настолько паршивая, что это стало поводом для множества шуток про школоту и отморозженных подростков. Сайты вроде The Bigot Gamer (www.thebigotgamer.com)¹⁹ набрали большую аудиторию, попросту записывая выходки этих ужасных личностей и размещая их в Сети, чтобы пристыдить. А посетители похожего сайта Fat, Ugly or Slutty (www.fatuglyorslutty.com), где собраны оскорбления в отношении женщин-гей-

¹⁷ Mike Williams, «Talking Shop: Riot Games' Lead Designer of Social Systems», *GamesIndustry International*, 15 мая 2013 г. <https://www.gamesindustry.biz/talking-shop-riot-games-lead-designer-of-social-systems>. – Прим. авт.

¹⁸ Личная переписка с Джеффри Лином, 6 января 2015 г. – Прим. авт.

¹⁹ На момент издания книги сайт недоступен. – Прим. ред.

меров, знают, что дела обстоят еще хуже, если объектом нападок становится девушка. Исследование²⁰, проведенное в журнале *New Media and Society* в 2013 году, показало, что женский голос в чате Xbox Live собирает в три раза больше оскорблений, чем мужской.

Почему токсичное поведение проявляется в интернете? Что движет обычным «Тедом из бухгалтерии» или «тем парнем с урока обществознания», когда они надевают гарнитуру и плюхаются перед телевизором, чтобы поиграть в гипотетическую *Halo*? Почему основатели Riot Games вынуждены нанимать целую толпу экспертов вроде Лина, чтобы перевоспитывать грубиянов в своих играх? Есть одно слово – «деиндивидуализация».

Деиндивидуализация – это психическое состояние, при котором личность индивида отходит на задний план мышления настолько, что человек становится гораздо более восприимчивым к сигналам окружения по поводу того, как себя вести²¹. Это вызвано как снижением социальной ответственности («ты не видишь меня»), так и снижением контроля над собой и своими эмоциями («я не вижу себя»). Психологи десятилетиями разрабатывали теории деиндивидуализации, чтобы объяснить, что происходит в головах людей, когда они теряют себя, не чувствуют ответственности за свои действия и становятся безликой частью толпы. Что касается самой программы исследований, то цикл по деиндивидуализации просто потрясающий. Он включает в себя болезненные удары током, настраивание детей друг против друга и переодевание в членов Ку-клукс-клана – но давайте не будем спешить. Чтобы полностью понять, какими ужасными могут стать люди, если дать им хотя бы часть возможностей, давайте сначала послушаем историю про неудавшуюся политику управления сообществом от многомиллиардной корпорации. Там есть детишки, конфеты и Хэллоуин.

СНИЖЕННАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. «ТЫ НЕ ВИДИШЬ МЕНЯ»

В начале июля 2010 года Blizzard Entertainment, создательница вышеупомянутой ММО *World of Warcraft*, объявила, что для запуска игры и пользования форумами игроки должны будут предоставить свои настоящие имена, а не никнеймы. Одним этим шагом компания попыталась сорвать маски с миллионов геймеров, как фокусник-любитель, выдергивающий скатерть из-под не приметного сервиза. К сожалению, вместо «вуаля!» прозвучало: «О БОЖЕ, ЧТО ЖЕ МЫ НАДЕЛАЛИ? ИЗВИНИТЕ! ПРОСТИТЕ!»

Как и Riot Games, в Blizzard хотели привести свои многопользовательские игры и форумы в немного более дружелюбный и чуть менее ужасающий вид. Тролли, неконтролируемые споры и 48 разновидностей оскорблений были большой проблемой на виртуальных площадках. И разработчики подумали, что если заставить людей использовать настоящие имена, то ругани станет меньше. «Официальные форумы всегда были отличным местом для обсуждения последней информации о наших играх, предложений и советов, а также обмена опытом с другими игроками, – сообщил генеральный директор Blizzard Майк Морхейм в посте от 7 июля 2006 года на официальных форумах. – Однако форумы также заслужили репутацию места, где полыхают жаркие споры, цветет троллинг и прочие мерзости. Снятие анонимности, характерной для общения в онлайн, будет способствовать конструктивным обсуждениям и созданию более позитивной атмосферы на форуме, что укрепит сообщество Blizzard как никогда прежде». Таким образом, в Blizzard полагали, что «xxXZombiPara420Xxx», спрятавшись за своей анонимностью, будет лить ужасные оскорбления на кого-то без всякой причины, но вот

²⁰ Jeffrey Kuznekoff and Lindsey Rose, «Communication in Multiplayer Gaming: Examining Player Responses to Gender Cues», *New Media & Society* 15, no. 4 (2012): 541–556, doi:10.1177/1461444812458271. — Прим. авт.

²¹ Tom Postmes and Russell Spears, «Deindividuation and Antinormative Behavior: A Meta-Analysis», *Psychological Bulletin* 123, no. 3 (1998): 238–259, doi:10.1037/0033-2909.123.3.238. — Прим. авт.

какой-нибудь «Юджин Миллер» уже этого делать не станет. Все дело в анонимности, посчитали в компании. Лишите игроков этого, и они станут вести себя лучше.

К сожалению, нам так и не удалось выяснить, сработал бы этот план или нет. Через несколько секунд после объявления десятки тысяч игроков дружно вышли из себя и заполнили форумы сообщениями и петициями с требованием отменить новую политику. В Blizzard отказались от своего решения всего через три дня и сказали, что, возможно, они не правы²² и сохранять анонимность на самом деле очень круто и все такое.

Но было ли все так просто? Была ли Blizzard изначально на правильном пути? Возможно ли, что поведение людей поменялось бы из-за отсутствия анонимности? Нет. По крайней мере, дело не только в этом, в психологии деиндивидуализации есть еще аспекты. Аж в 1976 году Эдвард Динер и его коллеги опубликовали исследование об одном из таких факторов. У него было интригующее название: «Влияние переменных деиндивидуализации на воровство во время Хэллоуина»²³. Эти психологи даже не представляли, что заложили основу для понимания проблем, которые десятилетия спустя возникнут у Blizzard и Riot Games на их виртуальных площадках. Но именно это они и сделали, раздавая вкусные конфеты 1970-х годов детям в масках Человека-паука и Бионической Женщины.

Динера и его коллег интересовало, какие ситуационные факторы побуждают детей к антиобщественному поведению вроде воровства и нарушения правил. Таким образом, в рамках маленького хитровыдуманного квазиэкспериментального исследования 1352 хэллоуинских шалуна стали невольными подопытными. Исследователи установили в прихожих нескольких домов по две миски. В одной были крошечные конфеты, а в другой – деньги. Когда дети подходили к двери, экспериментатор приветствовала их и просила взять из миски только по одной конфете на каждого. Затем говорила, что ей нужно ненадолго отойти в другую комнату, а сама пряталась за фальшивой стеной и подглядывала за детьми через глазок.

Такова была общая модель эксперимента, но экспериментаторы в разных домах также применяли то, что в книге «Методы исследования для чайников» назвали бы «манипуляциями», – меняли один из интересующих факторов. Для манипуляций с анонимностью у детей спрашивали их имена и адреса, подобно тому, как Blizzard просила людей раскрыть имена, стоящие за их никнеймами на экране. Исследователи также отмечали, кто из детей подходил к двери по одному, а кто – в составе группы.

Результаты получились ошеломительными. Меньше всего воровали дети, которые подходили к двери в одиночку (то есть не являлись частью группы) и были лишены анонимности, назвав свое имя и адрес. Они проявляли антиобщественное поведение лишь в 7,5 % случаев. Напротив, простой факт принадлежности к группе, несмотря на то, что каждый предоставил идентифицирующую информацию, почти утроил уровень правонарушений до 20,8 %. Еще хуже вели себя дети, которые считали, что исследователь не знает их имен. Даже в одиночку 21,4 % этих анонимных детей прикармливали лишние вкусности, а в составе группы эта цифра увеличилась более чем вдвое – до 57,7 %. Столько украденных конфет!

Это исследование демонстрирует то, что происходит во многих онлайн-видеоиграх, а также на форумах, в чатах и комментариях на сайтах, если уж на то пошло. Мы чувствуем снижение ответственности со стороны окружающих, потому что мы в группе, потому что мы анонимны и потому что у наших проступков вряд ли будут последствия. Подобно детишкам, приходящим к домам группами, мы видим, как наши оскорбительные текстовые и голосовые сообщения сливаются с ревом толпы. Чем нас больше, тем надежнее сокрыта наша личность,

²² Mike Fahey, «Blizzard Scraps Plans to Display Real Names in Forums», *Kotaku* (блог), 9 июля 2010 г. <http://kotaku.com/5583405/blizzard-scraps-plan-to-display-real-names-in-forums>. — Прим. авт.

²³ Edward Diener, Scott C. Fraser, Arthur L. Beaman and Roger T. Kelem, «Effects of Deindividuation Variables on Stealing among Halloween Trick-or-Treaters», *Journal of Personality and Social Psychology* 33, no. 2 (1976): 178–183, doi:10.1037/0022-3514.33.2.178. — Прим. авт.

и чем многочисленнее группа, тем меньше вероятность того, что нас вычислят или запомнят. Подобно костюмам на Хэллоуин, никнеймы маскируют нашу реальную личность. Люди в игре и люди за клавиатурой могут быть совершенно разными. Как и мелких воришек конфет, оставшихся без присмотра взрослых, нас тоже особо не накажут за плохое обращение с другими игроками. Никто не появится у нас на пороге или не пожалуется нашим друзьям, семье или коллегам, если мы поведем себя как полные дегенераты. Ну... скорее всего.

И хотя эксперимент Динера на Хэллоуин – прекрасная иллюстрация того, как снижение социальной ответственности может привести к деиндивидуализации, он не показывает всю картину в контексте видеоигр и прочих взаимодействий в сети. Например, краткосрочность связей с другими игроками тоже может вызвать этот эффект. Большинство игроков формируют отношения, которые длятся только на протяжении одного матча, квеста или сессии. И хотя мы можем играть в игры с друзьями или группой знакомых, мы по-прежнему анонимны для людей, не входящих в нашу компанию. Исследования деиндивидуализации показали, что это – ключевое различие²⁴. Другое исследование выявило: когда наши действия передаются при помощи компьютера, игровой консоли или другого устройства, этого достаточно, чтобы мы начали чувствовать себя не отдельными людьми, а частью безликой толпы или системы. Отсутствие физического контакта играет роль²⁵.

Таким образом, даже если игрок в соревновательной онлайн-игре, такой как *League of Legends* или *Call of Duty*, отдает себе отчет в том, что орет матом на противников, он также знает, что его социальной идентичности ничего не угрожает. На самом деле это даже не при творство, потому что он думает: «Ты не видишь меня». Но сокрытие своей личности от других – не единственный способ достичь состояния деиндивидуализации. Мы также можем скрыть личность от самих себя.

СНИЖЕННЫЙ САМОКОНТРОЛЬ. «Я НЕ ВИЖУ СЕБЯ»

Давайте рассмотрим еще один известный психологический эксперимент по деиндивидуализации. Легендарный психолог и электрик-любитель Филип Зимбардо в своей книге «Эффект Люцифера. Почему хорошие люди превращаются в злодеев»²⁶ (The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil) описывает исследование, в ходе которого студентки колледжа спрятали лица под капюшонами и надели мешковатые лабораторные халаты, а из опознавательных знаков на них были лишь бейджи с номерами. Затем Зимбардо усадил их перед большой кнопкой, нажатие на которую по задумке давало болезненный удар электрическим током кому-то, кого могла видеть участница, но кто не мог видеть ее. Во время исследования, предположительно проверяющего влияние стресса (через удары током) на творческие способности, эти безликие дамы применяли более длительные удары током, чем их коллеги, лица которых были открыты. И неважно, дружелюбно или грубо вела себя жертва – участницы били ее током одинаково долго. На самом деле, разумеется, удары током в 75 вольт были ненастоящими, а подопытные оказались актерами, изображающими конвульсии. В психологии это называется «обманом» и является очень важным инструментом при планировании экспериментов.

Это исследование иллюстрирует несколько триггеров из серии «ты не видишь меня», присутствующих и в описанном выше хэллоуинском сценарии. Участники были одеты так, чтобы скрыть свою личность. Они не использовали настоящие имена. Экспериментатор обра-

²⁴ Postmes and Spears, «Deindividuation and Antinormative Behavior». – Прим. авт.

²⁵ Joseph Walther, «Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction», *Communication Research* 23, no. 1 (1996): 3–43. — Прим. авт.

²⁶ Издавалась на русском языке. Альпина нон-фикшн, 2014 г. – Прим. ред.

щался к ним как к группе, а не индивидуально. У них было ограниченное взаимодействие с жертвами/партнерами до и после эксперимента. Последствий за нанесение ударов током не было. Все это означало, что они уже были на пути к деиндивидуализации через снижение социальной ответственности. Но эксперимент Зимбардо включал в себя несколько факторов, за счет которых участники не так тщательно контролировали свое поведение и позволяли себе импульсивные поступки.

Один из лучших способов уменьшить самоконтроль – переложить вину за свои действия на кого-то другого. В эксперименте Зимбардо многие участники позже сообщили, что они поступили именно так, потому что экспериментатор сказал им, что это их работа. Они также видели, как другие нажимали на кнопку, которая делает «больно, черт возьми!», поскольку в группе все работали в одной комнате, с одной целью. Эта внешняя сосредоточенность на инструкциях авторитетной фигуры, действиях товарищей и сюрреалистической ситуации в целом заставляла участников меньше думать: «Подождите, а что я вообще творю?» Чем сильнее идентичность группы, чем мощнее авторитетная фигура, чем неоднозначнее ситуация, тем слабее самоконтроль.

На самом деле Динер и его коллеги также обнаружили эффект козла отпущения в исследовании самоконтроля и в хэллоуинском эксперименте. Еще одна манипуляция, о которой я не упомянул, заключалась в том, что в некоторых группах исследователь выбирал одного ребенка и возлагал на него ответственность за то, что кто-то возьмет больше конфет или украдет деньги. Несомненно, этот ребенок чаще всего был сбит с толку и раздражен таким назначением. Но его товарищи, похоже, были только рады, потому что самыми ужасными нарушителями оказались группы анонимных детей, где экспериментатор выделил одного ребенка и сказал: «Ты будешь в ответе, если конфет растащат больше, чем нужно». В 80 % таких групп дети воровали конфеты или деньги – В ВОСЬМИДЕСЯТИ ПРОЦЕНТАХ! Таким образом, наличие козла отпущения, авторитетной фигуры или нескольких сверстников, ведущих себя неподобающе, решает, сколько усилий мы прилагаем для самоконтроля.

Мы часто замечаем, что те же самые факторы мешают нам видеть игры в лучшем свете. Соревновательные игры особенно усиливают чувство принадлежности и неприязни к тем, кто не из нашей команды, и оно растет как снежный ком, когда мы рассматриваем плохое поведение товарищей по команде как показатель собственного поведения. Голосовой или текстовый чаты сами по себе могут играть роль козлов отпущения за наши действия – под предлогом «если бы разработчики не хотели, чтобы мы ими пользовались, то их бы и не добавили». Это также относится к механике или правилам, которые не запрещают атаковать и убивать товарищей по команде, собирать внутриигровые ресурсы, нужные и другим, или оставлять команду в меньшинстве, выйдя из матча, если что-то пошло не так.

Эмоциональное и физическое возбуждение также играет роль в проявлении эффекта «я не вижу себя». Чем сильнее мы устаем в тяжелом матче, тем больше наши эмоции отжирают ментальных ресурсов. Это означает, что на такие вещи, как контроль собственного поведения и импульсивности, остается меньше умственной энергии. Я помню одну LAN-сходку много лет назад, когда мы с кучкой приятелей играли в *Battlefield 1942*, командный шутер от первого лица на тему Второй мировой, в одной комнате. Во время одного особенно сложного матча моя команда оттеснила противников обратно в их бункеры, сражаясь за последнюю точку, необходимую для победы. Члены другой команды, словно муравьи, гурьбой бежали из своих точек возрождения, но у нас было преимущество в позиции и артиллерия, так что мы едва-едва, но все же сдерживали их. Это было так волнительно, что в какой-то момент я начал орать такие вещи, которые не хотел бы повторять, и когда я снял наушники после матча, то здорово смутился, осознав, что был единственным, кто дал волю гадким эмоциям. Но по иронии судьбы я не одинок. Зимбардо в собственном исследовании отметил, что его испытуемых очень будоражило, когда они причиняли боль: их способность сдерживаться становилась все меньше, а

удары током – все длительнее. Этим людям просто повезло, что я не мог ударить их током с помощью клавиатуры и мыши.

Вот две вещи, которые часто работают вместе и приводят нас к состоянию деиндивидуализации: снижение социальной ответственности и снижение самоконтроля. Как только наша личностная идентичность отходит на задний план, мы начинаем говорить и печатать очень неприятные вещи. Но является ли «антисоциальный сумасшедший» нашей настройкой по умолчанию, когда мы чувствуем себя под прикрытием анонимности, не отвечаем за свои действия и неспособны сдерживать собственные импульсы?

Нет. Оказывается, что вовсе нет.

ДЕИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ СИГНАЛЫ

Новое исследование показало, что люди, переживающие деиндивидуализацию, могут вести себя по-разному: некоторые даже проявляют благородство и готовы помогать другим. Когда люди становятся деиндивидуализированными, они действительно чувствуют себя свободными от ограничений и хуже осознают, что делают. Но вместо того чтобы погружаться в глубокий чан с ядом внутри себя, люди обращаются к окружающей среде и группе, в которой состоят, за советом, как себя вести. Если есть сильная внешняя установка на то, чего от них ожидают, или на то, что считается нормальным, люди в момент деиндивидуализации будут склонны ей соответствовать.

Тема очень веселая, поэтому давайте вернемся к экспериментам, в которых испытуемые думали, что они бьют током других во имя науки. В следующей итерации эксперимента Зимбардо организаторы Роберт Джонсон и Лесли Даунинг попросили одну группу испытуемых переодеться в членов Ку-клукс-клана²⁷. Я сейчас не шучу! Другая группа надела униформу медсестер. Как только сработала деиндивидуализация, те, кто представлял членов ксенофобской организации, попытались подать столько напряжения, словно хотели зажечь свою жертву как новогоднюю гирлянду. А вот анонимы в костюмах медсестер, которые у людей четко ассоциируются с милосердием, били током значительно меньше.

Почему так? Люди были переодеты и чувствовали себя частью безликой толпы, а их психологические механизмы отслеживания собственного поведения были перенаправлены, но при этом они не особо понимали, как себя вести. Как и в большинстве онлайн-игр, они могли разгуляться, поскольку не было никаких последствий, а на кону не стояла их настоящая личность. Тем не менее, поскольку человеческий разум не терпит неопределенности, люди в таких ситуациях часто придают гораздо большее значение сигналам, исходящим из окружающей среды, и в зависимости от этого выстраивают свое поведение. Обычно они обращают внимание на то, какую роль должны играть, что делают другие люди вокруг и чего ожидают от них остальные члены группы. Окружающая среда и социальные подсказки становятся значимее, когда вы ощущаете себя анонимной частью толпы.

Теперь задумайтесь, как это работает в видеоиграх разных жанров. Там, где есть милитаристская/военная тематика или серьезный акцент на доминировании, люди по большей части будут вынуждены вести себя соответственно ожиданиям. В других играх, таких как кооперативные режимы из *Left 4 Dead*, упор делается на взаимопомощь, координацию и командную работу. Другие социальные сигналы, роли и ожидания порождают поведение в интересах общества или группы, даже если вы сохраняете анонимность, не боитесь губительных последствий и «живете» событием. Достаточно кому-то направить группу в верное русло, и деиндивидуализация заработает во благо.

²⁷ Robert Johnson and Leslie L. Downing, «Deindividuation and Valence of Cues: Effects on Prosocial and Antisocial Behavior», *Journal of Personality and Social Psychology* 37, no. 9 (1979): 1532–1539, doi:10.1037/0022-3514.37.9.1532. — Прим. авт.

ДЕИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ В ГЕЙМПЛЕЕ И ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕ

Теперь, когда мы разобрались, чем вызвана деиндивидуализация и какое влияние она может оказывать на поведение (как хорошее, так и плохое), давайте вернемся к задаче, которую решали Джефф Лин и его коллеги из подразделения по поведению игроков в Riot Games. Они знали, что игроки *League of Legends* печально известны токсичным поведением. Также они знали, что небольшой и гибкой в действиях компании Riot Games под силу предоставить исследователям данные и возможности для экспериментов, какие психологам в традиционных академических учреждениях даже не снились. А еще они могли видеть результаты своих действий и почти мгновенно реагировать на них. Во время серии презентаций на Game Developers Conference (GDC) в Сан-Франциско в 2013²⁸ и 2014²⁹ годах Лин рассказал о тестированиях, проведенных в *League of Legends*, и о том, как они повлияли на токсичное поведение игроков в целом. Лин не упоминал анонимность или деиндивидуализацию напрямую в своих выступлениях, но наблюдения Riot Games явно касались многих психологических механизмов, что мы обсуждали выше. «Игроки по природе добрые, – сказал Лин во вступлении к своей презентации в 2014 году, – но плохая ситуация может привести к дурному поведению».

Исследователи подразделения по поведению игроков решили начать с самого простого – дали возможность исключать несносных игроков другой команды из голосового чата. Предполагалось, что если члены команды не будут слышать голоса оппонентов или читать их сообщения, то у них не возникнет желания ответить взаимностью, а деиндивидуализированные игроки увидят, что такое поведение не поощряется. Игроки в команде, скорее всего, будут разговаривать более дружелюбно и обсуждать кооперацию и командную работу. Используя программное обеспечение и помощь экспертов для языкового анализа совпадений, исследователи обнаружили снижение уровня так называемого «негативного чата» на 32,7 % и увеличение «положительного чата» на 35,5 %. Простая функция, а уже такие цифры! Позже они увидели похожие результаты в другом эксперименте с «ограничением чата», где игрокам пригрозили, что их «выключат» из общения на несколько дней, если на них будут жаловаться. Стоит отметить, что и другие разработчики игр пробовали различные методы с ограничением функциональности чата. Blizzard, которая, похоже, искала более тонкий подход после своего фиаско с никнеймами, в карточной онлайн-игре *Hearthstone* реализовала только простые макросы сообщений. Считается, что выбор фразы «Это была ошибка!» из короткого списка утверждений в меню команд чата не так страшен, как многое из того, что люди сумеют придумать, имея полную творческую свободу.

Другой способ, с помощью которого подразделение по поведению игроков предотвратило последствия деиндивидуализации в конкурентной среде, заключался в простой манипуляции с праймингом. В психологии «прайминг» означает воздействие через определенный стимул (иногда даже на подсознательном уровне), чтобы каким-то образом повлиять на поведение человека, в то время как он сам этого не осознает. Идея заключается в том, что концепция становится более значимой и ее легче вспомнить через связь с чем-то похожим. Активация или прайминг этой концепции порождает целый каскад мыслей, которые могут даже повлиять на поведение. Например, скринсейвер с летающими долларовыми банкнотами может заставить человека задуматься об экономии средств и вести себя более эгоистично³⁰. В Riot

²⁸ Jeffrey Lin, «The Science behind Shaping Behavior in Online Games», лекция в рамках Game Developers Conference 2013, Сан-Франциско, 27 марта 2013 г. – Прим. авт.

²⁹ Lin, «Enhancing Sportsmanship in Online Games». – Прим. авт.

³⁰ Kathleen D. Vohs, Nicole L. Mead and Miranda R. Goode, «The Psychological Consequences of Money», *Science* 314, no. 5802 (2006): 1154–1156, doi:10.1126/science.1132491. — Прим. авт.

Games исследователи попытались праймить игроков с помощью сообщений, всплывающих на экране загрузки игры. Одно из сообщений гласило: «Товарищи по команде играют хуже, если вы оскорбляете их, когда они ошибаются». Другое было примерно таким: «Игроки, которые работают в команде, чаще выигрывают». В экспериментальных условиях первое сообщение привело к снижению количества словесных оскорблений на 8,34 %, количества нецензурщины – на 6,22 % и общего количества жалоб на плохое поведение со стороны других игроков – на 11 %. Любопытно, что одно из сообщений сыграло злую шутку с Riot. Когда разработчики разместили вопрос «Кто самый-самый спортсмен в матче?», на них обрушился шквал жалоб на других игроков. Позднее Лин понял, что, вероятно, это было вызвано так называемым «эффектом прожектора». Поскольку игроки начали искать самого «спортивного» в команде, они также стали тщательнее отслеживать неспортивное поведение и в большей степени были готовы жаловаться на него. Самое важное: увеличилось число репортов на плохое спортивное поведение, а не количество самих поступков.

На первый взгляд цифры могут показаться не столь значительными, но в игре с десятками миллионов активных геймеров в месяц они дорастают до галактических масштабов – и все из-за простого текстового сообщения в чате перед матчем. Намек сработал, так как это заставило многих игроков задуматься о командной работе, сотрудничестве и спортивном духе в момент, когда они находились под воздействием деиндивидуализации и пытались понять, чего ожидают от них ситуация и товарищи по команде. Если говорить образно, то Riot выдала униформу медсестер вместо мантий Ку-клукс-клановцев.

Но «заглушение» другой команды устраняет только половину источников токсичного поведения для деиндивидуализированного игрока. Прайминг полезен и прост в применении, однако не учитывает влияние игроков друг на друга. В качестве последней меры Riot обратила внимание на состав команды. Играть в онлайн-игры исключительно с друзьями – самое действенное решение проблемы токсичного поведения. Мы лучше относимся к своим друзьям, а если и ругаемся с ними, то в шутку. Кроме того, друзья более расположены к общению, взаимопомощи и командной работе, что очень важно для победы в *League of Legends*. В ходе того, что Лин назвал «экспериментом в среде социальной химии», подразделение по поведению игроков изучало, как различные комбинации друзей и незнакомцев в командах из пяти человек могут повлиять на токсичное поведение в *League of Legends*. Будут ли двое друзей и три незнакомца играть лучше, чем пятеро незнакомцев? А что, если объединить две пары друзей с одним незнакомцем? Выяснилось, что полная команда из пяти друзей – оптимальный вариант. Но наличие даже одной пары друзей в группе с тремя незнакомцами, каждый из которых был сам по себе, очень сильно повлияло на отчеты³¹ о токсичном поведении. В таких командах было на 26 % меньше жалоб на игроков и на 18 % больше положительных отзывов о хорошем поведении. Почему? «При наличии группы друзей, формирующих основную идентичность команды, – сообщил мне Лин, – возрастает вероятность, что игроки-одиночки будут следовать их примеру»³². Деиндивидуализированные игроки часто улавливают эту основную идентичность и выбирают ее вместо токсичного поведения.

В Riot Games также боролись с токсичным поведением, создавая осязаемые, значимые последствия для игроков-нарушителей. Никто из подразделения по поведению игроков не появится у вашей двери, чтобы треснуть вас по голове или показать вашей маме, каким красочным вокабуляром вы пользуетесь. Однако исследователи создали систему, где игроки могли номинировать друг друга на «очки чести». Получить их было не только престижно, еще они позволяли разблокировать награды. А в качестве контрмеры Riot ввела так называемую «систему трибунала», суть которой заключается в следующем: жалобы на игроков, обвиня-

³¹ Lin, «Enhancing Sportsmanship in Online Games». – Прим. авт.

³² Личная переписка с Джеффри Лином, 5 января 2015 г. – Прим. авт.

емых в токсичном поведении, рассматривает жюри из других (избранных) игроков, а после обсуждения принимает решение о наказании – забанить аккаунт временно или навсегда. Упомянутая ранее система ограниченного чата работает точно так же: злоумышленники строго ограничены в количестве сообщений, которые могут отправить, что вынуждает их тщательнее подбирать слова. Вначале им дается лишь три сообщения на матч, потом они получают все больше и больше, если ведут себя приемлемо. На презентации GDC в 2013 году Лин сообщил, что результаты последовали незамедлительно и оказались впечатляющими: 71 % игроков, подвергшихся такому «наказанию молчанием», усвоили урок с первого раза и в целом стали получать на 20 % меньше жалоб от других игроков.

Команда Riot Games даже попыталась устранить связь между стрессом, деиндивидуализацией и плохим поведением, сделав предыгровое лобби менее нервующим. У группы из пяти игроков изначально было всего 90 секунд, чтобы выбрать одного из 100+ персонажей, решить, какие позиции каждый займет на карте и придумать общую стратегию. В команде не могло быть дублирующихся или незанятых ролей. Поэтому изнурительные споры начинались еще до начала игры и иной раз были весьма напряженными, особенно из-за непонимания, кто что будет делать. Для противодействия этому Riot Games экспериментировала с системой, где игроки указывали свои предпочтения еще до того, как их объединят в группу. Затем игра ставила геймеров в соответствии с их желаемыми ролями. Таким образом, большинство обсуждений начиналось не с конфликта, а сам процесс матчмейкинга стал менее стрессовым. Подразделение по поведению игроков изучило чат и в очередной раз обнаружило значительное сокращение количества жалоб и более приятные результаты языкового анализа.

Итак, есть методы борьбы с токсичным поведением, вызванным анонимностью и деиндивидуализацией. Но есть и другие формы деструктивного поведения, которые тоже следует учитывать. Что делать, когда не только грубят? Что происходит, если кто-то откровенно обманывает? Можно ли применить те же уроки? Рассмотрим подробнее в следующей главе.

Что следует почерпнуть из этой главы:

- Анонимность ведет к токсичности, но не является ее первопричиной.
- «Деиндивидуализация» – состояние, когда личность отходит на второй план и сливается с толпой.
- Сниженная социальная ответственность ведет к деиндивидуализации – эффект «ты не видишь меня».
- Сниженный самоконтроль тоже – эффект «я не вижу себя».
- В момент деиндивидуализации мы чаще обращаем внимание на окружение и окружающих в поисках подсказок о том, как себя вести. В результате может проявиться просоциальное или антисоциальное поведение.
- Сами игры, системы и инструменты управления сообществом могут помочь предотвратить или, наоборот, сформировать эффект деиндивидуализации через регулирование социальной ответственности, самоконтроля и понимания нормы в группе.

II. Почему люди читерят, взламывают игры и подсматривают в гайды?

Спорт без допинга – это утопия... 400 миллионов человек на земном шаре занимаются спортом, но на Земле нет 400 миллионов праведников. Обман заложен в природу человека³³.

Жак Рогге, президент Международного олимпийского комитета³⁴

Сейчас Макс Ло зарабатывает на жизнь написанием музыки для фильмов и видеоигр, но, когда он учился в Калифорнийском университете в Беркли, карманы его были пусты. Вместо того чтобы совмещать учебу с подработкой доставщиком пиццы, Ло решил немного поэкспериментировать со скриптовым языком AutoIt и своей учетной записью *World of Warcraft*. Незадолго до того его друг хвастался, что зарабатывает по 40 долларов в день, просто запуская программу для генерирования золота в ММО и последующей его продажи на открытом рынке. Разумеется, это противоречило пользовательскому соглашению и, по общему мнению, считалось угрозой для виртуальной экономики, как и в других играх³⁵, но сорок баксов в день только за то, чтобы оставить включенным компьютер, – это очень даже неплохо. Ло начал с простого: написал скрипт, позволяющий его аватару почти в буквальном смысле выуживать деньги. Он сажал персонажа у одной из многочисленных рыбацких лунок и оставлял скрипт работать – непрерывно забрасывать и вытаскивать удочку, откладывать стоящее и выбрасывать все, что считалось хламом. В итоге инвентарь наполнялся исключительно рыбой, которая была ценным ингредиентом для внутриигровых усилений. На легальном игровом аукционе рыбу конвертировали в виртуальное золото, которое затем переводили в настоящие доллары США и продавали нелегальным китайским брокерам, в простонародье называемым «фермерами золота».

Первые фокусы Ло с рыбацкими лунками Азерота были довольно примитивными. Настолько, что разработчики игры поймали его и заблокировали учетную запись до того, как он смог заработать больше сотни долларов. Но грустил он недолго. Ло получил вторую учетку от друга и, опираясь на полученный опыт, написал более сложный скрипт. Теперь аватар мог бродить по игровому миру в поисках залежей ценных металлов. Узнав, что бот (аватар, управляемый компьютерной программой, а не человеком) постоянно застревает в колеях и прочих неровностях, Ло добавил логи для обнаружения проблем и их устранения. Вскоре бот поумнел достаточно, чтобы находить выход из любого затруднительного положения и даже защищаться в случае нападения. Ло смог надолго оставлять его включенным, пока сам ходил на занятия, делал дела или просто спал. На этот раз, однако, он торговал золотом втайне от Blizzard, разработчика игры. Богател не особо, но и тратил всего полчаса в день на то, чтобы выставить руду на аукцион, так что деньги зарабатывались, по сути, без усилий.

К несчастью для Ло, примерно в то время, как ему начало везти, он попал в собственную ловушку. Сайт, где он сбывал золото, ответил ему под видом Blizzard. Мошенники заявили, что обнаружили незаконную активность на учетной записи Ло и что ему следует перейти по предоставленной ссылке для получения подробностей. Это было похоже на очевидную попытку фишинга, на которую мог бы клюнуть только настоящий профан, но Ло не был серьезным преступником и постоянно ждал, что его разоблачат, поэтому попался на крючок. «Я купился

³³ «Drug-Free Sport Is Utopia», BBC News, 24 ноября 2008 г. http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/olympic_games/7747181.stm. – Прим. авт. (На момент издания книги ссылка недоступна. – Прим. ред.)

³⁴ С 2001-го по 2013-й; Почетный с 2013-го по 2021-й. – Прим. пер.

³⁵ К примеру, см. De Paoli and Aphra Kerr, «‘We Will Always Be One Step ahead of Them’: A Case Study on the Economy of Cheating in MMORPGs», *Journal of Virtual Worlds Research* 2, no. 4 (2010). – Прим. авт.

из-за глупости и страха быть пойманным», – признался он в письме по электронной почте, в котором и поделился со мной всей этой историей. Мошенники украли аккаунт Ло и опустошили инвентарь. Он подумал, что это хороший момент, чтобы завязать, и так и сделал.

По статистике, плохое поведение как в случае Макса Ло встречается редко. Но существует множество иных видов читерства, не связанных с запуском скриптов, ботов или взломанного софта. Еще в 2009 году игроки в новенькую *Call of Duty: Modern Warfare 2* столкнулись с проблемой гораздо более страшной, чем какой-то бот, пристроившийся в лучшем месте для рыбалки. Вскоре после выхода *Modern Warfare 2* геймеры стали подмечать «глюк с джавелином». Кто-то догадался, что с помощью необычной комбинации клавиш да пары принесенных в жертву коз можно сломать игру, и в момент смерти в многопользовательском матче вы уничтожите не только себя, но и всех в радиусе десяти метров. Так как это еще и приносило очень много очков, глитч вирусно распространился через YouTube и форумы, в результате чего серверы заполнились взрывающимися придурками, орущими «LOL!» в микрофоны. Ситуация ухудшилась так быстро, что разработчикам из Infinity Ward пришлось срочно выпускать патч с исправлением.

Однако разработчики не всегда могут реагировать столь шустро. Существуют сайты вроде FPScheats.com и Project7.net, которые обслуживают всяких аферистов, продавая им софт, позволяющий получать нечестное преимущество в онлайн-играх, например *Battlefield* или *Call of Duty*. И это не мошеннические сайты, которые установят кучу вирусов на ваш компьютер еще до того, как вы закончите вводить название в адресную строку. Они выглядят приятно и профессионально. FPScheats.com даже утверждают, что подарили одному из своих VIP-клиентов полностью оплаченный «охрнительный круиз». Все, что нужно, – это кредитка и желание нагибать правила онлайн-игр, пока они не треснут пополам. Хотите видеть сквозь стены? Круто, можем устроить. Хотите сразу точно прицеливаться? Очень популярное предложение. Желаете убить всех на сервере одним нажатием кнопки? Да вы эстет – и вам понадобится пакет «Массовое убийство». Пройдемте в кабинет и поговорим об оплате.

И оплата на самом деле организована довольно просто. Многие из этих сайтов полностью перешли на модель «ПО как услуга» и стали продавать ежемесячные подписки на постоянно обновляемые хакерские инструменты, точно так же как Netflix продает доступ к стримингу фильмов и телешоу. На момент написания этих строк покупка пакета читов для последней *Call of Duty* на одном из таких сайтов обойдется вам в 25 долларов в месяц, или вы можете сэкономить почти половину, заплатив всего 65 долларов за полгода вперед. Что забавно, некоторые разработчики игр иногда решают, что присоединиться к читерам проще, чем победить их. Во времена расцвета *Battlefield 3* разработчики из DICE продавали урезанную версию подобных привилегий, позволяя покупать «ускорения» для мгновенного разблокирования снаряжения и специальных ресурсов, что потребовало бы нескольких часов при обычной игре. *Forza 5* делает похожие вещи уже в жанре автогонок. Вместо того чтобы заслужить преимущество, можно сыграть роль пацана из моей старшей школы, чей отец владел автосалоном и всегда позволял ему просто брать все, что захочется. Конечно, это не мошенничество в том же смысле, как волл-хаки или скрипт Ло для автоматизации сбора золота в *World of Warcraft*, но все-таки это тоже обмен денег на преимущество.

И вот тут-то тема читерства в видеоиграх переходит в серую зону. Большинство игроков (и я надеюсь, что и вы в том числе, потому что верю в людей) никогда не будет покупать читы или использовать глюки, но многие из нас занимаются мелкими читерскими делишками, которые кажутся почти безвредными. Признаюсь, однажды я зашел на Dictionary.com, чтобы набрать очков в онлайн-клоне *Scrabble*, *Words with Friends*. Один мой приятель заплатил настоящие деньги, чтобы какой-то работяга из Китая повысил уровень его персонажа в *Everquest* и набил кошелек ценностями. Еще один товарищ признался, что использовал глюк для создания копий редкого оружия и прочих предметов в сетевой *Borderlands 2*, а многие игроки в *StarCraft*

гневно вздыхали, когда противник досрочно выходил из битвы, чтобы не портить соотношение выигрышей и проигрышей.

Почему люди читерят такими методами? Покупают ли они крайне нечестные читы по тем же причинам, по которым заглядывают в онлайн-словари или платят за экипировку высокого уровня? К счастью, психология обмана была популярной темой в других сферах, поэтому существует множество теорий, на которые можно опереться. И оказывается, что мы читерим в играх по тем же причинам и под давлением тех же обстоятельств, что и в учебе, бизнесе и личной жизни. Плохая новость заключается в том, что мы склонны закапываться в читерство и не отдавать себе в этом отчета. Хорошая новость – мы сможем сдерживать такое поведение как в себе, так и в других, если узнаем, как это сделать.

ЧИТЕРСТВО КАК БОЛЕЗНЬ СОЦИУМА

Читеры плодятся. Ну, не в буквальном смысле, хотя я полагаю, что некоторые из них могли сойтись. Я имею в виду, что люди с большей вероятностью попытаются считерить, если увидят, что другие вокруг уже читерят. Некоторые исследователи считают, что это особенно верно для неоднозначных ситуаций, когда мы думаем, что шансы быть пойманным низки, а «правильность» действий неоднозначна. И нравится вам это или нет, но неоднозначность проявляется и в видеоигровом читерстве.

Чтобы проверить эту гипотезу, экономист-бихевиорист Дэн Ариэли и его коллеги из Университета Карнеги-Меллона организовали эксперимент, в ходе которого людям давали возможность решить головоломку в обмен на вознаграждение³⁶. Участники исследования сели вместе и получили листки бумаги с 20 матрицами по 9 чисел в каждой. Числа не были полными, как, например, 2 или 8; это были десятичные дроби с некрасивой частью, такие как 1,57 и 8,43. Задача: найти и обвести в каждой матрице по два числа, в сумме дающих 10. Работа не сложная, но и не настолько простая, чтобы все точно нашли 20 пар чисел за отведенные пять минут. В дополнение к листку каждому испытуемому также выдали конверт с наличными и сказали, что оттуда можно взять награду. Каждая правильно решенная матрица стоила 50 центов. Чем больше матричных головоломок решал испытуемый, тем больше денег он получал – вплоть до целой «десятки» из конверта.

Ариэли и его коллеги провели несколько итераций этого эксперимента, меняя условия. И целью очередной вариации было узнать, станут ли люди мухлевать, если будут абсолютно уверены, что наказания не последует. Чтобы создать нужные условия, исследователи не только разрешили испытуемым самим сообщать о количестве решенных задач, но также потребовали уничтожить листок с результатами в шрефере, никому перед этим не показав. «Наблюдатель» демонстрировал откровенно наплевательское отношение к тестированию и все пять минут провел, уткнувшись носом в книгу. Таким образом, у тестируемых был как стимул сжульничать (каждое правильное решение вознаграждалось), так и возможность (от них требовали уничтожить доказательство своей работы и отчет, написанный своей же рукой).

Многие воспользовались случаем. Откуда же мы это знаем, если все уничтожили свои результаты? Ариэли определил среднее количество задач, которые люди могут решить за пять минут, раздал листки, а затем засек время. Испытуемые, которым дали стимул и возможность сжульничать, утверждали, что решили в среднем 12 задач против 7 из контрольной группы. Учитывая, что экспериментаторы контролировали все остальные параметры, мошенничество оставалось единственным объяснением.

³⁶ Nina Mazar, On Amir and Dan Ariely, «The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance», *Journal of Marketing Research* 45, no. 6 (2008), doi:10.1509/jmkr.45.6.633. – Прим. авт.

Ну, некоторые считерили. Но что было бы, знай участники точно, что мухлюют не только они? Что, если бы кто-то запустил этот маховик? Чтобы ответить и на этот вопрос, исследователи повторили эксперимент, но на этот раз у них был сообщник – актер, притворяющийся еще одним тестируемым. Через несколько секунд после начала пятиминутки этот человек встал и крикнул: «ГОТОВО! Дальше что?» Очевидно, это было невозможно, так как задачи с матрицами по своей природе довольно времязатратны. Тем не менее наблюдатель, который тоже был в деле, просто махнул рукой в сторону шредера и сказал сообщнику уничтожить листок, а потом забрать награду из конверта на столе. Актер так и сделал, затем устроил грандиозное шоу: жадно схватил деньги и бросил на всех полный пренебрежения взгляд, прежде чем выйти за дверь. Не хватало только восклицания: «Бывайте, дурачье!» Цирк закончился, у испытуемых осталось четкое впечатление: этот товарищ откровенно сжульничал и ему все сошло с рук.

Повысило ли это шанс того, что другие тоже захотят поджулить в своих результатах? Ага! Группа считерила еще сильнее, солгав о 15 решенных задачках. Это значение чуть больше, чем в эксперименте без примера для подражания, и в два раза превышает значение, полученное в контрольной группе.

Подобные результаты были зафиксированы и в других группах. Агата Блахнио и Малгожата Веремко, например, дали польским студентам похожий шанс списать и не попасться³⁷. Студенты, сдававшие экзамен по орфографии, считали, что их оставили без присмотра в аудитории с заманчивой стопкой книг посреди нее. Однако экспериментаторы действовали «по старинке», наблюдая через одностороннее зеркало. В стопке были словари, а также висела табличка, гласившая что-то вроде: «Эй, не пользуйтесь ими на тесте по правописанию, ладно?» Как и в исследовании Ариэли, экспериментаторы подстроили ситуацию, попросив сообщника под видом одного из учеников подойти к книгам и воспользоваться словарем во время теста. По сравнению с теми, у кого в аудитории не было жулика-сообщника, эти студенты списывали чаще.

³⁷ Agata Blachnio and Malgorzata Weremko, «Academic Cheating Is Contagious: The Influence of the Presence of Others on Honesty. A Study Report», *International Journal of Applied Psychology* 1, no. 1 (2011), doi:10.5923/j.ijap.20110101.02. — Прим. авт.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.