

УДК 007.51

## СОЗДАНИЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ КАК ОБЛАСТЬ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ: ВАЖНОСТЬ И ПОТЕНЦИАЛ ВИДЕОИГР В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Грабченко А.А.

к. иск., доцент каф. культурологи и искусствоведения Мисюн А.В.  
Одесский национальный политехнический университет, УКРАИНА

**АННОТАЦИЯ.** Статья посвящена перспективам и потенциалу создания компьютерных игр в сфере культуры. Автором предложен анализ феномена компьютерных игр на основе понятий и описания мировых ситуаций через призму культурной и креативной индустрий. Важным аспектом выступает экономизация креативного процесса.

**Введение.** Постиндустриальная ситуация в Европе, перенос производства в экономически выгодные регионы Юго-Восточной Азии (Китай прежде всего), урбанизация с ее тяготением к нерабочим профессиям среди жителей городов не только создает новые вызовы, но и оставляет в городах пустующие индустриальные здания. Эти помещения на данный момент заполняются предприятиями творческих, цифровых и культурных индустрий, что ведет не только к развитию культуры, но и к социально-экономическому развитию вообще.

**Цель работы.** Анализ феномена компьютерных игр через призму культурной и креативной индустрий. Объективация важности и потенциала цифровых технологий в сфере культуры.

**Основная часть работы.** Креативная индустрия – это все, что создается путем художественного и научного творчества и обладает промышленным потенциалом, то есть входит в экономический оборот, представляет ценность, генерирует государственный доход за счет налогов, создает рабочие места и прибыль, способствует региональному и национальному развитию [1]. Данная система массового культурного производства включает в себя области, деятельность которых основана на художественном или научном творчестве, например, искусство и дизайн, фотография, видео и кино, СМИ и реклама, мода, памятники и культурный туризм, музыка и веб-дизайн, создание программного обеспечения и интерактивных видеоигр и т.п.

Культурные индустрии (или культурный сектор экономики) базируются на творческих / художественных способностях индивидов, создающих рыночные продукты в союзе с менеджерами и технологами. Их экономическая ценность – это их культурные (или «интеллектуальные») свойства. Классификация областей в большей степени совпадает с ранее описанной классификацией креативной индустрии (Рис. 1).

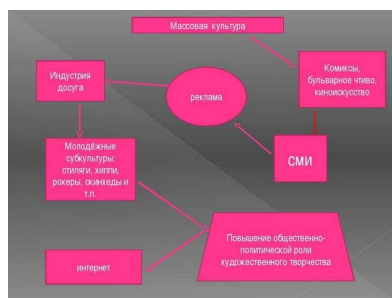


Рис. 1 – Сектора культурных индустрий

Важно отметить, что креативная индустрия и культурная индустрия связаны между собой тем, что в основе обеих лежит индивидуальное творческое начало. Подобный союз влияет на то, что уже в Европе и других регионах мира, как отмечает Терри Санделл, культурная и креативная индустрии “плановмерно превращаются в важнейший девиз социально-экономических изменений” [2]. Здесь создание рабочих мест – это лишь один из аспектов.

Культурные индустрии очень важны как с точки зрения культуры, так и с точки зрения экономики. С точки зрения культуры - это доступ к разнообразным ресурсам, аудиториям. Здесь же, «творчество – более не является прерогативой профессиональных художников и артистов»[3]. С точки зрения экономики – это доступ к глобальным рынкам, развитие нового сектора в экономике, что ведет к социальному и экономическому возрождению городов.

Пример, в Ливерпуле индустрия ушла в прошлое, и рабочие места резко сократились. Город пришел в экономический и культурный упадок. Но не так давно старые здания заполнились более чем 200 предприятиями, которые занимаются разработкой рекламных объявлений для банков, веб-дизайном, цифровой анимацией, разработкой компьютерных игр и другими видами цифрового бизнеса для всего мира. На сегодня все эти разработки имеют огромное значение в культуре. Более 1000 городов мира присоединились к проектам креативной индустрии. Но достичь результата может только слаженная команда и подготовленная культурная карта (тип канваса) региона. Он поможет определить сюжетный контент и характер компьютерной игры (креативного продукта), которая востребована в данном регионе.

Команда (один человек просто не в состоянии решить поставленные задачи), которая занимается разработкой и продажей компьютерных игр, также предоставляет рабочие места и способствует реализации креативности. В современном обществе мультимедийные игры вышли за рамки маргинальной культуры, интегрировали и получили развитие в мире популярной массовой культуры и культурных индустрий XX века, стали вровень с поп-музыкой и кино.

Игра как культурный феномен раскрывает психическое и эмоциональное состояние личности и общества. Выбор игры отражает социальную и возрастную стратификацию общества. За счет этого появляется широкое поле возможностей для реализации креативных идей в видеоигровом формате.

Креативность зависит от качества отдельных людей / организаций:

- изобретательность и умение находить решения;
- готовность принять риски и взглянуть на проблему с неожиданной стороны;
- интерес к экспериментированию;
- способность к рефлексии и непрерывному обучению, которое продуцирует новые идеи.

Объединение креативных людей и креативных технологий способны создать ликвидный компьютерный игровой продукт.

**Выводы.** В статье рассмотрены основные понятия, которые раскрывают феномен компьютерных игр через призму культурной и креативной индустрий. Креативный подход к созданию и продвижению компьютерной игры на рынке может быть выгодной не только для творческой группы, но и могут способствовать экономической реинтеграции. Компьютерные игры — это динамично развивающийся феномен, который имеет огромную важность в сфере культуры и значительный экономический потенциал.

Результаты этой работы будут использованы в проекте ЕС Erasmus+KA2 "GameHub: университетско-предпринимательское сотрудничество в игровой индустрии в Украине (№ 561728-EPP-1-2015-1-ES-EPPKA2-SBHE-JP) для разработки компьютерных игр.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Креативная индустрия и ее продвижение в молдавском виртуальном пространстве. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/promotion-of-creative-industries-in-moldova> – Назва з екрану.
2. Приоритеты развития культурных и креативных индустрий в Украине. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/otkritaya-sessiya-prioriteti-razvitiya-kuljturnih-i-kreativnih-industriy--pres> – Назва з екрану.
3. Джефффри Браун. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории. [Электронный ресурс]– Режим доступа: URL: <http://cpolicy.ru/analytics/64.html> – Назва з екрана.
4. Галкин Д.В. Компьютерные игры как феномен современной культуры: опыт междисциплинарного исследования / Галкин Дмитрий Владимирович // Гуманитарная информатика. - 2007. - № 3 – с. 54-72