

8. Что такое мюзикл? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.artmusical.ru/musical.htm> – Дата доступа: 22.02.17.

Петрович В.Г., студент 208 гр.

Научный руководитель – Жилинская Т.С.

ФЕНОМЕН КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ СУБКУЛЬТУР

Компьютерные игры – это наиболее яркий феномен современной культуры, который преодолел в последние десятилетия немало критики, но и смог завоевать исключительную популярность. Компьютерные игры предназначены не только для удовольствия, но и развивают логику, позволяя нам решать многие задачи. На данный момент существует множество игр, которые дают возможность каждому найти что-то интересное для себя. Например, фэнтези, экшен, стратегические игры. В год выпускаются десятки тысяч игр от разных разработчиков. Проводятся различные турниры по различным популярным дисциплинам. Наиболее устремлённые и опытные игроки стали зарабатывать, играя в игры и побеждая. Но на сегодня игры ещё не получили научную разработку. Одной из выделенных проблем является определение феномена компьютерных игр в наше время. Исследование игр в гуманитарных науках началось сравнительно недавно. Редко, когда исследователи обращаются к истории развития информационных развлечений. Компьютерные игры стали инструментом объединения молодёжи, также они могут выступать в роли предмета для выплёскивания эмоций. Игры можно назвать искусством, так как они состоят из: музыки, литературы, архитектуры [2].

Стремление человека к новым способам досуга позволило создать в 1950-х годах компьютерные игры, которые мгновенно произвели фурор в сфере информационных технологий. Начали создаваться компании, специализирующиеся на разработке игры, главы которых осознали, что данная индустрия позволит им мгновенно получать прибыль после выхода массовых игр. Но также остались и отдельные, независимые разработчики, они создавали шедевры, которые пользовались популярностью не только у заядлых геймеров, но и у тех, кто входил в игру, чтобы заполнить своё свободное время [1].

Субкультуры геймеров зародились совсем недавно, примерно в 1980–1990-е годы. А с развитием компьютерных игр и созданием всемирной паутины люди стали общаться в социальных сетях и игре, и тогда игра стала средством общения и развлечения. Это непосредственно взаимосвязано с развитием индустрии развлечений. На сегодняшний день, продажи игровых устройств второй по величине IT-бизнесов. Но в последнее время, обнаружилась новая тенденция гейминга. Каждый год доходы от продажи игр для консолей и компьютеров падают, а для мобильных устройств растут [2].

Наиболее яркой чертой бизнеса, в котором создаются и развиваются игры - это скорость внедрения новых идей, а также риски, связанные с потерей интереса аудитории, а также старение технологий, в первую очередь информационных. На смену консолям и портативным компьютерам, еще в 2000-х годах, производимых колоссальные объёмы прибыли, пришли планшеты, мобильные смартфоны и ноутбуки, причем количество пользователей использующие мобильные компьютеры непреклонно растёт. Но на первое место по приросту прибыли выходит создание самих игр, которые в первые дни приносят своим разработчикам

миллиарды долларов. Если ещё до 2010 года игры выпускались по 10 000 в год, то в наше время эта цифра составляет более чем 100 000 игр в год [2].

Но стоит отметить что геймеры — это не единое образование. Среди них выделяются некоторые подгруппы, не только связанные между собой, но и имеющие существенные отличия. Можно выделить геймеров по уровню игровой активности. Данная классификация выглядит так: casual gamer, sociable gamer, tru gamer, addicted gamer и hardcore gamer.

Casual gamer – обычные люди, любящие поиграть от скуки в игры, а также отдохнуть от повседневных забот. Любители поиграть в Packman и Tetris.

Sociable gamer – любители сетевых игр, которые настроены на социализацию и общение в интернете. Предпочитают не заморачиваясь играть, для удовольствия в своё свободное время.

True gamers – довольно объёмная группа пользователей игровых устройств, которая готова всё время свободное время проводить в играх. Но им не обязательно следить за событиями, а также участвовать во всех мероприятиях, они предпочитают наслаждаться определённым видом игр и их сюжетами. Предпочитают, как сетевые, так и офлайн игры.

Addicted gamers – ярые любители виртуальных игр, которые довольно пристрастны к играм и готовы отстраняться от других видов деятельности: учебы, общения, работы, семьи.

Hardcore gamers – играют всё своё время, и зарабатывают этим. Направлены на достижения максимального результата. В основном играют в Wow, Dota 2, CS 1.6, CS GO [2].

Субкультуры геймеров иногда разделяют в зависимости от выбранных ими игр. В основном их разделяют на любителей RPG, RTS, симуляторов, квестов, MMORPG, гонок, экшенов, флэш-игр, adventures и многих других. В разных странах по-разному относятся к играм: в России

геймерство в основном практикуют как спорт и развлечение, в странах Азии как развлечение и работу, а в странах Европы как обучение, работу и развлечение [2].

Субкультуры геймеров самые разнообразные, но и похожи по своей системе и структуре. Их объединяют общие игры и социальные сети. Субкультура является неким продуктом общественного потребления, с одной стороны, и продуктом информационного века с другой. Но также массовое увлечение компьютерными играми, к которому пристрастны все группы, часть общего процесса информатизации и медиатизации культуры [3] и превращения ее объектов и феноменов в цифровые копии. Осмысление данных изменений, которые происходят в обществе, необходимы как с точки зрения образования, так с точки зрения и культуры.

Выгода от продаж различных игровых устройств, консолей и других приспособлений, а также прибыль от разработки игр - это в первую очередь экономический фактор развития всей субкультуры геймеров. К сожалению, многие производители пользуются особенностями этих субкультур. Прибыль, получаемая компаниями, рассчитанными на массовый продукт, увеличивается каждый день. Но многие игроки, имеющие некоего рода зависимость, не обращают внимание на качество данного продукта. Они создают прибыль даже от некачественных игр, чем охотно пользуются многие монополисты. И производители продолжают выпускать заведомо некачественный продукт.

Компьютерные игры за короткое время завоевали популярность. Благодаря им появились определенные субкультуры геймеров как субъектов общественного потребления, которые имеют как плюсы, так и минусы. Выделились группы, одни из которых стали зависимы от компьютерных игр, другие смогли использовать компьютерные игры как

средство социализации, а третьи смогли даже на этом зарабатывать. Благодаря компьютерным играм разработчики этой сферы получают огромную прибыль. Многие разработчики игр, пользуются зависимостью игроков с целью получения прибыли, выпуская заведомо некачественный продукт. Таким образом, можно говорить о феномене, который привел к появлению новых субкультур нашего времени, имеющих свои как положительные, так и отрицательные аспекты.

1. Баева, Л, В. Электронная культура / Л.В. Баева. – Солон-пресс: Москва 2013. – с. 75–83.

2. Баева, Л, В. Человек играющий в XXI веке // Информационная эпоха: вызовы человеку / Под ред. И.Ю. Алексеевой и А.Ю. Сидорова. Солон-пресс: Москва, 2010. – с. 209–230.

3. Жилинская, Т.С. Медиатизация как необходимый этап информатизации : образовательный аспект / Т.С. Жилинская // Информатизация образования – 2008 : интеграция информационных и педагогических технологий = Informatization of education – 2008 : материалы международной научной конференции, Минск, 22-25 окт. 2008 г. / редкол.: И.А. Новик (отв. ред.) [и др.]. - Минск, 2008. – С. 194 – 198.