

## **Дизайн web-пространства компьютерных игр в системе культурных индустрий**

**Рецензент МАРТЫНЮК А. В., кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой историко-культурного наследия Беларуси Республиканского института высшей школы**

*В статье автор проанализировал сущностные характеристики дизайна web-пространства как особого результата деятельности, принадлежащего к среде творчества или культурных индустрий. Данная попытка разграничений относится и к особенностям web-пространства компьютерных игр в контексте функционирования культурных индустрий.*

*In this article the author analysed intrinsic characteristics of design of web of space as the special result of activity belonging to the environment of creativity or the cultural industries. This attempt of differentiations belongs and to features of web of space of computer games in a context of functioning of the cultural industries.*

**Введение.** Деятельность человека в условиях глобализации рыночных отношений требует тотального уточнения в понимании сущностных критериев разграничения характеристик деятельности в контексте творческой или производственной доминант. Рассмотрение в данном ракурсе дизайна web пространства представляется особенно интересным, так как проявляет специфику деятельности в новых условиях, в котором отсутствуют критерии традиционных подходов к деятельности как материально реализованной.

В современной культурологической литературе появляются новые подходы к пониманию специфики культуротворческой деятельности человека. В работах Теодоро Адорно и Макса Хоркхаймера впервые появляется понятие «культурная индустрия» [1, с. 150]. В основе было наблюдение процессов превращения результатов творчества в реальный товар. Проблема понимания сущности данного процесса во многом определяется рыночным характером современной культуры, в которой результативность деятельнос-

ти оценивается с учетом реализации и востребованности продукта (результата) деятельности. Процессы творчества часто рассматриваются как процессы производства и наоборот. Это приводит к появлению интегрированных понятий, к числу которых относится понятие «культурная индустрия». Этим словосочетанием содержательно обозначается не просто художественное производство, но и дизайн [1, с. 155]. Существует и такое понятие, как «творческая индустрия», которое впервые было сформулировано Департаментом культуры, медиа и спорта Великобритании в 1998 г. как «... деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [2, с. 132].

Современная культура создает новые концепты, меняющие не только представления человека о мире, но и формы его культуротворческой деятельности. Примером тому может служить то, что

современное развитие информационных технологий создало такой феномен, как web-пространство. Под web-пространством понимают множество web-сайтов, связанных посредством гиперссылок. Web-сайт – совокупность взаимосвязанных html-страниц и web-документов, связанных внутренними гиперссылками и обладающих единством содержания. Существование web-пространства определяется категорией дизайна.

Цель работы – анализ сущностных характеристик дизайна web-пространства как особом результате деятельности.

*Основная часть.* Дизайн web-пространства можно отнести как к среде творчества, так и к культурным индустриям. А. Я. Флиер пишет: «Культурные индустрии – это производство непосредственно культурных или в существенной мере культурно отрегулированных феноменов, которое является более или менее массовым по своим объемам и высоко стандартизированным по большинству своих характеристик. Это системная совокупность культурных практик, осуществляемых не в новационно-поисковом (творческом) режиме, а по стандартам, реализующим наиболее актуальные в имеющихся условиях технологии социального производства и параметры создаваемых при этом продуктов» [3]. Именно эти признаки – массовость и стандартизированность – отличают культурные индустрии от другого режима культурного производства – культурного творчества, имеющего характерные черты новационности, штучности, авторской оригинальности и, как правило, отличающегося еще и высоким качеством. Это производство чаще всего бывает либо непосредственно художественным, либо другим (утилитарным или символическим с иными функциями), но практически всегда обладающим существенной эстетической значимостью.

Web-пространство обладает свойствами среды для реализации творческого потенциала человека, который реализуется в дизайне. Следовательно, этот вид деятельности можно отнести к творческой. Дизайн

(от английского design – замысел, проект, чертеж, рисунок), термин, обозначающий различные виды проектировочной деятельности, имеющей целью формирование эстетических и функциональных качеств предметной среды [4, с. 22]. В узком смысле дизайн – художественное конструирование, а в широком – производство, способное обретать свойства массовости. Данный факт противоречит первоначальному тезису, не убеждает считать данную деятельность индустриальной. Первоначальное осмысление сущности web-дизайна как разновидности дизайна и рассмотрение понятия «дизайн» в пространстве современных культурных индустрий отражены в работах таких исследователей, как Н. И. Барсукова, Г. Н. Лола, В. А. Лукова и др.

Среди исследований авторов, рассматривающих web-дизайн как инструмент современных информационных технологий, наибольший интерес представляют теоретические работы профессиональных web-дизайнеров Дмитрия Кирсанова и Артемия Лебедева. Среди европейских ученых, занимающихся данной тематикой, можно отметить Д. Д. Гарретта, К. Клонингер, С. Круга, П. Морвиля, Я. Нильсена и др.

В работах большинства современных исследователей web-дизайн – это создание искусственного пространства одним человеком (элемент творчества), способное обеспечить его взаимодействие с массовым пользователем (индустрия) [4, с. 23]. Web-дизайн, вовлекая в деятельностьную систему web-среды миллиарды людей, превращает индивидуально-уникальное в массово-потребляемое. В результате web-дизайн можно рассматривать как фактор культурных трансформаций. Это подтверждает А. Я. Флиер, который пишет о том, что в системе логики культурных индустрий заложено «Производство «человека культурного», т. е. культурно-упорядоченной и культурно-эрудированной личности» [3].

Особым видом культурных индустрий, по А. Я. Флиеру, является «Произ-

водство культурных артефактов, то есть специализированных продуктов деятельности (материальных и идеацианальных), символическая и социально-регулятивная значимость которых выше непосредственно утилитарной» [3].

На рубеже XX–XXI вв. произошло выделение web-дизайна как самостоятельной технологии со своими методами воздействия и формами представления информации. Информация в данном случае может рассматриваться как особого рода системы культурных артефактов. Это определяется тем, что web-дизайн использует легко интерпретируемые символы, которые можно рассматривать как основополагающие артефактные комплексы. Для создания смысловой оболочки информационного web-ресурса он обеспечивает потребляемость воспринимаемых образов. С помощью web-дизайна они обретают форму полноценного продукта.

А. Я. Флиер считает, что «Цель культурных индустрий (как, впрочем, и культурного производства любого типа) может быть определена как стимулирование, поддержание и обеспечение коллективного характера человеческой жизнедеятельности, ее устойчивости и продуктивности в коллективных формах» [3]. Речь идет не просто о производстве чего-то хорошего и красивого, правильного и полезного самого по себе. А. Я. Флиер говорит о том, что цель культурных индустрий направлена на то, чтобы стимулировать людей к коллективным формам жизнедеятельности, к конструктивному сотрудничеству и взаимопониманию, предупредить и отрегулировать возможные противоречия в их индивидуальных интересах, стимулировать в их среде стремление к «нормативному потреблению», имеющему смысл только в коллективе. Иными словами, это деятельность, способствующая возрастанию уровня социализированности потребителей культуры.

В web-пространстве используются игровые приемы для налаживания и поддержания связи с потребителем. Перво-

начально они применялись для обучения пользователя работе с новыми технологиями. В рамках дизайнерских практик web-пространства можно наблюдать преобразование деятельности в играизацию, носящую иллюзорный характер.

Современное развитие информационных технологий привлекает многих исследователей к анализу понятия «виртуальность». Эволюция процесса осмысления виртуальности заключается в том, что, если в средневековую эпоху она использовалась для обозначения философской категории бытия, то на современном этапе развития она стала широко употребляемым понятием. Многие объекты и явления, в том числе и компьютерные игры, получили новые вариации в виртуальном пространстве, созданном с помощью компьютерных технологий.

Несмотря на многозначность термина, виртуальность в статье рассматривается как пространственно-временной континуум, при погружении в который человек рождает образы, обусловленные его психофизиологическими реакциями, эмоциональной восприимчивостью, накопленным опытом и зависящие от окружающего внешнего мира и его воздействий на органы чувств. Этим можно обосновать влияние и погруженность в web-пространство компьютерных игр отдельного человека и всего человечества. Такое определение, основанное на психологически-экзистенциальном подходе, соответствует основной цели исследования – социокультурному анализу воздействия web-дизайна на информационное восприятие человеком современного виртуального пространства.

Мировоззрение современного человека складывается из различных источников информационного воздействия. Объемы культурных артефактов постоянно увеличиваются. Развитие компьютерных технологий, в том числе и компьютерных игр, привело к появлению нового информационно-коммуникационного web пространства как подвида виртуального пространства. Техническая природа новой среды

обитания человека потребовала гуманизации. Это было осуществлено с помощью web-дизайна.

*Заключение.* Web-дизайн для взаимодействия человека с реальностью нового типа обеспечивает среду, обладающую характеристиками виртуализации, способной обеспечивать внедрение привычных форм представления информации и окружения web-пользователя виртуальной имитацией реальных объектов.

Развитие потребностей современного человека зависит от предложений «индустрии культуры», продукция которой направлена на его эмоциональные реакции. Глобальный характер современного информационного контента способствует расширению возможностей человека в приобщении к культурной среде и увеличению информационного потока, доступного пользователю. Объем данных обрабатывается современным web-пользователем поверхностно, что позволило web-дизайнерам получить доступ к формированию у пользователя «нужной» оценочной интерпретации. При этом происходит процесс формирования «одномерности» мышления. Массовый web-потребитель лишается глубинной виртуальной составляющей, заменяя ее иллюзорным шифрованием. Развитие

web-дизайна в системе культурных индустрий взаимосвязано с распространением и успехом компьютерных игр.

Играя с ощущениями пользователя, web-дизайнер создает такие средства web-дизайна, которые приводят к упрощению коммуникационного процесса. По мере развития web-технологий оформилось новое качество web-среды – интерактивность для динамичного поддержания диалога с пользователем. Интерактивность создает ощущение манипулирования информационной средой компьютерных игр, активного взаимодействия с искусственным виртуальным пространством до состояния погружения в него. Это определяет пограничный характер дизайна web-пространства как сферы между творчеством и индустрией.

Предыдущий тезис обеспечивает тем, что web-дизайн, являясь частью современной информационно-коммуникационной системы, стремится создать индивидуально творческий комплекс творческого концепта, но при этом для этого используются элементы дизайна, основанные на общих особенностях восприятия массовой целевой аудиторией сайта компьютерной игры и виртуально отражающие объекты господствующей массовой культуры.

1. Хоркхаймер, М. Культуриндустрия просвещения как обман масс // М. Хоркмайер, Т. Адорно // Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркмайер, Т. Адорно; пер. с нем. М. Кузнецова. – М.: Медиум; СПб.: Ювента, 1997. – С. 149–209.

2. Зеленцова, Е. В. Творческие индустрии: теории и практики / Е. В. Зеленцова, Н. В. Гладких. – М.: Классика-XXI, 2010. – 211 с.

3. Флиер, А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии [Электронный ресурс] / Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение» // № 3. – 2012. – Режим доступа: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier\\_Cultural-Industries/#](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/#). – Дата доступа: 10.02.14.

4. Кузнецова, Н. С. Веб-дизайн как инструмент моделирования виртуального пространства современной культуры: дис. канд. культурологии: 24.00.01 / Н. С. Кузнецова. – Саранск, 2010. – 171 л.

*Статья поступила в редакцию 10.06.2014*