

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ МЕДИА БИЗНЕСА

УДК 778.58.003

Надежда Михайловна Сальникова,
аспирантка 3 курса кафедры продюсер-
ского мастерства ВГИК им. С.А. Гераси-
мова, Москва.
Тел.: 8 (929) 551-01-23
Эл. почта: nadya-sln@yandex.ru

В статье рассматриваются особенности современных технологий в медиа культуре и бизнесе – на примере компьютерных игр. Приводится классификация данного рынка в России его различных сегментов и общая характеристика развития и его особенностей. Предлагаемая классификация позволяет выявить особенности в развитии данной сферы, как сегмента вторичного рынка в киноиндустрии, определить возможности получения дополнительной прибыли от реализации кинопродукции. Данный вид медиа находится на этапе активного развития в России, но ему не уделяется со стороны исследователей должного внимания.

Ключевые слова: современные технологии, новые медиа, медиа бизнес, мультимедиа технологии, компьютерные игры.

Nadezda M. Salnikova,
Third-year aspirant of Russian State Uni-
versity of Cinematography named after S.
Gerasimov, Moscow
Tel.: 8 (929) 551-01-23
E-mail: nadya-sln@yandex.ru

MODERN TECHNOLOGY IN THE MEDIA BUSINESS

The article reviews the features of modern technologies in media culture and business – by the example of computer games. A classification of the Russian computer game market in its various segments and the general description of the development and its features. The proposed classification reveals the innovative features of the development of this sector, as a segment of the secondary market in the film industry, to identify opportunities for additional revenue from the sale of film production. This type of media is under active development in Russia, but it was not paid by the due attention of researchers.

Keywords: innovations, computer video games, multimedia technology, media business, new media.

1. Введение

Во всем мире сфера компьютерных игр популярна и активно развивается, это подтверждается достаточно высоким уровнем прибыльности бизнеса. К сожалению, в России, пока данному вопросу не уделяется внимания со стороны исследователей. В статье приведена общая характеристика развития данного рынка в России и за рубежом, а также предлагается классификация его различных сегментов. Используемая классификация позволяет выявить и наметить пути развития этой сферы, во взаимосвязи с киноиндустрией, понять возможности получения дополнительной прибыли от реализации аудиовизуальной продукции.

Всеобщая глобальная компьютеризация человечества является основной тенденцией развития в сфере медиа культуры. Именно она дает возможность быстрого общения, получения нужной информации, возможности, не выходя из дома, быть в курсе многих новостей, попасть в картинную галерею Европы, посмотреть новый фильм. Интернет, мобильные устройства, электронные книги, виртуальные пространства и сообщества социальных сетей, компьютерные игры – это неотъемлемая часть жизни современного человека. Информационное пространство становится все объемным – перед нами открываются бесконечные возможности. С появлением компьютерных цифровых технологий многое изменилось в современной жизни, в том числе и в кинематографической области.

2. Появление новых технологий в сфере развлечений

В процессе эволюции и развития любой сферы, в определенном моменте возникает новое, именно оно и становится современным. Появление фотографии подтолкнуло к развитию нового – появлению кинематографа. Но несмотря на то, что кинематограф является относительно молодым видом искусства, существуя более века, именно он дал возможность появлению нового вида искусства – компьютерных видео игр. Появилось понятие «новые медиа» – где кинематограф рассматривается, как синтетический вид экранного искусства. Его различные компоненты являются основой для новых видов современной медиа культуры. Появляются новые современные технологии и в сфере развлечений – индустрии компьютерных видео игр, которая сейчас во всем мире стремительно развивается. На сегодняшний день «симбиоз» кинематографа и индустрии компьютерных видео игр является актуальной темой для исследователей, эти направления тесно связаны друг с другом. Поэтому современное развитие и управление процессами взаимодействия дает возможность повышения прибыльности фильмов во взаимосвязи с компьютерными видео играми, что должно представлять интерес для коммерческих структур, действующих на отечественном медиа рынке.

Компьютерные видео игры – это не автономная сфера, стоящая обособленно в сфере медиа бизнеса, это активный его сегмент, который не только подчиняется всем законам кино, но и напрямую взаимодействует с медиа сферой. За рубежом производство и распространение компьютерных игр во взаимодействии с кинематографом – это успешный и прибыльный бизнес, представляется интересным изучение опыта других стран в данной сфере с целью использования всех вариантов продвижения фильмов и получения дополнительных доходов.

Исследуя процесс взаимопроникновения кинематографа и компьютерных игр, можно выделить три этапа: на первом осуществлялось производство игр на темы фильмов и сериалов в 70-х годах прошлого века. На втором в компьютерных играх стали использоваться такие кинематографические приемы как перемещение камеры, крупные планы, спецэффекты и внутриигровая графика. На современном этапе наблюдается уже обратное воздействие видеоигр на кинематограф, уже снимаются фильмы по мотивам видеоигр. Прогнозируется дальнейшее сближение индустрии видеоигр и кинематографа, это подтверждается и тем, что звезды кинематографа не только озвучивают персонажей видеоигр, но и позволяют использовать свою внешность для создания образов героев игр [1]. Не случайно в рекламе различных видеоигр уже успели сняться Харрисон Форд, Хайди Клум, Николь Кидман, Деррик Роуз и другие звезды. А рекламный ролик игры Need for Speed: The Run снял режиссер Майкл Бэй (снявший фильм: «Ска-

ла», «Армагеддон» и «Перл Харбор») [2]. Таким образом, тема взаимосвязи кинематографа и компьютерных игр с экономической точки зрения представляет большой интерес.

3. Классификация компьютерных игр

Сегментация рынка по игровым платформам и классификация компьютерных игр.

На сегодняшний день во всем мире активные геймеры выбирают различные виды платформ. В игровой индустрии выделяются несколько типов игровых платформ.

Среди цифровой дистрибуции игр на консолях можно выделить следующие сервисы:

- Microsoft – сервис Xbox Live.
- Sony – сервис PlayStation Network (PSN)
- Nintendo – сервис Wii Shop Channel [6]

Таблица 1.

Виды компьютерных игр по игровым платформам

| № | Название платформ |
|----|----------------------------|
| 1. | Персональные компьютеры. |
| 2. | Игровые консоли/приставки. |
| 3. | Смартфоны. |

Существуют также образовательные игры, основанные на повествовании и полезной информации, которые превращают процесс получения знаний из трудной работы в развлечение. Детям это помогает развивать концентрацию внимания, что положительно сказывается на процессе обучения. Для детей младшего дошкольного возраста есть развивающие игры без особой информативности и здесь важна проработка как сценария, так и персонажей. А для детей школьного возраста обучение превращается из тяжелого бремени в легкое и занимательное путешествие. Компьютерные игры, главной задачей которых является не развлечение, а обучение, наделенные такими функциями как: решение логических задач, приобретение навыков, принято называть серьезными играми «serious games». Сегодня компьютерные игры строятся по принципу изучения предмета и закрепления с помощью тестов. Серьезные игры – это своеобразная компьютерная игра со своими правилами, представленная в виде развлечения для корпоративного, государственного тре-

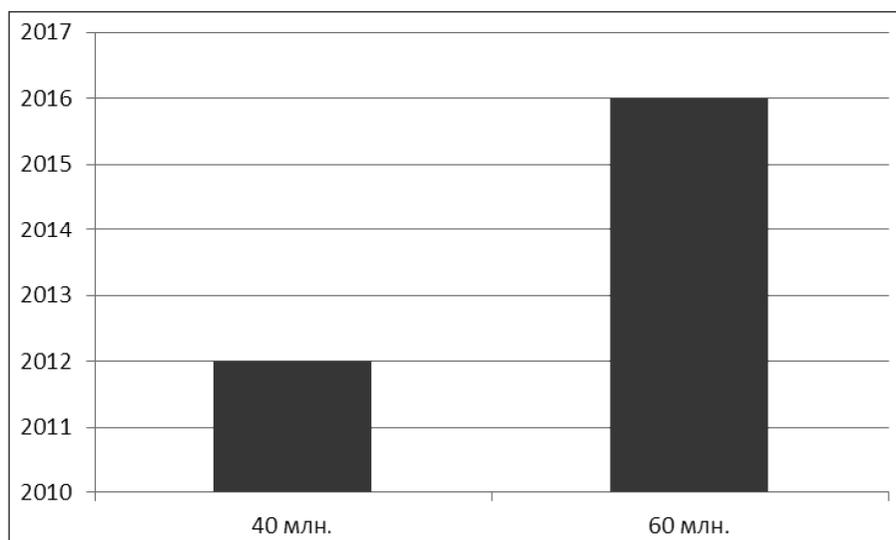


Рис. 1. Потенциал роста активных геймеров в России на 2016 г.

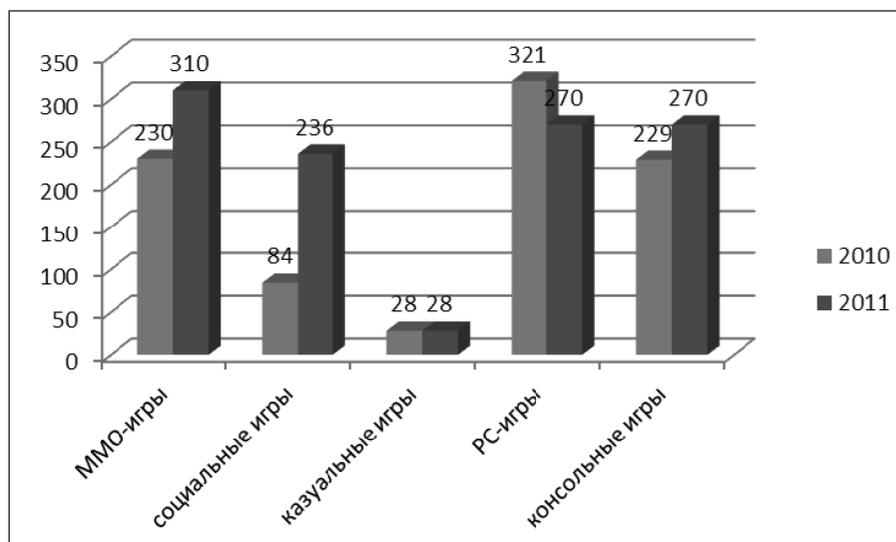


Рис. 2. Сегментация рынка по типам игр и динамика роста в 2013 г.

нинга, образования, здравоохранения, государственной пропаганды и стратегических массовых коммуникаций [3].

Количество игроков в мире достигло 1 млрд. человек. В России пока 40 млн. геймеров, но количество играющей аудитории будет только увеличиваться. Рост числа поклонников видеоигр в России в последние годы увеличивается. По статистике, в России к 2016 году число геймеров превысит 60 млн. человек, наглядно можно увидеть на рис. 1.

Что касается сегментации рынка компьютерных видео игр по жанрам

то можно увидеть, что динамичнее всего развивается сегмент игр в социальных сетях, которые с 2010 по 2011 год выросли на 181%. По итогам 2011 года сегмент ММО-игр обогнал по финансовым показателям игры для ПК и консольные игры.

Более подробно точки роста представлены на рис. 2.

Сегментация рынка компьютерных игр

В зависимости от жанра, компьютерные игры можно разделить на три вида (табл. 2).

Таблица 2.

Виды компьютерных игр по функциональным особенностям

| № | Название группы | Функциональные особенности группы игр |
|----|-----------------|---|
| 1. | игры информации | получение информации, общение, изучение мира |
| 2. | игры действий | перемещение, использование оружия и техники |
| 3. | игры контроля | командование, управление, распределение средств |

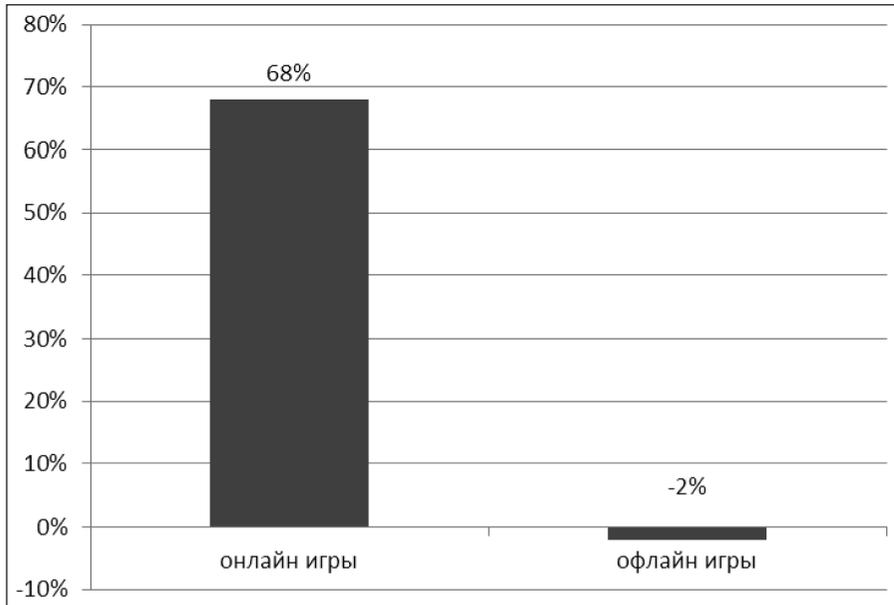


Рис. 3. Соотношение Офлайн и Онлайн игр в 2012 г.

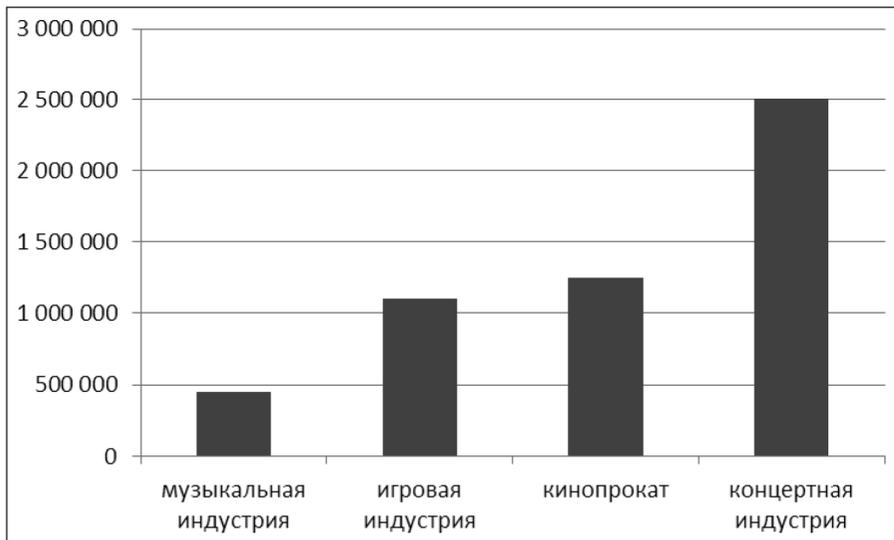


Рис. 4. Объем времени, потраченного игроками на компьютерные игры по различным каналам распространения в мире в 2011 г., в процентах.

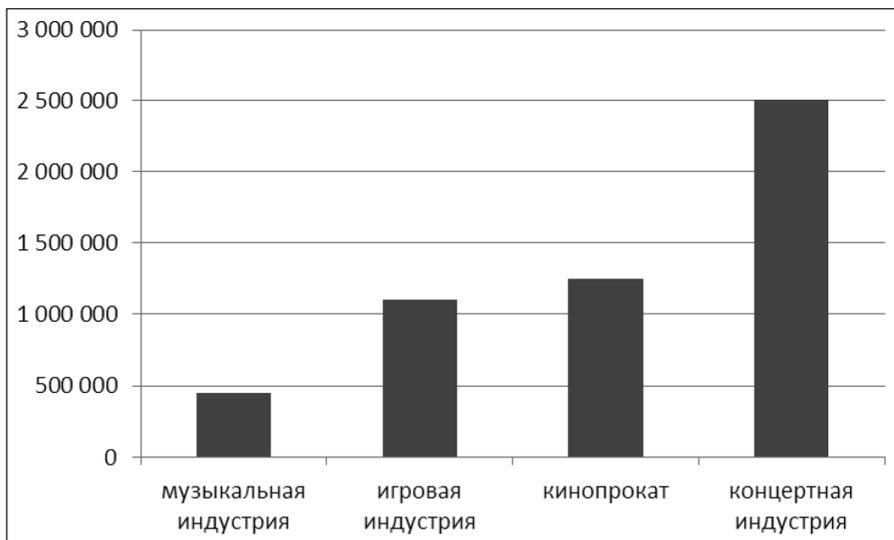


Рис. 5. Соотношение прибыли в сфере развлечений в 2012 г.

Жанры игр:

- RPG
- Open RPG (открытая ролевая игра)
- MMORPG
- Browser RPG
- Quest

Каков же объем рынка в России и каковы доходы от реализации продукции?

В конце 2012 г. объем рынка компьютерных игр достиг отметки в 40 843 млн. руб. По данным РБК Daily на 21.04.2013 выяснилось, что Российская игровая индустрия по объему обогнала по скорости развития и объему рынка – кинопрокат! Лидером по динамике роста за 2 последних года стали мобильные игры. В течение последних трех лет популярность компьютерных игр среди русскоязычных пользователей растет опережающими темпами, отмечают эксперты рынка. Интересный факт в США и Европе игровая индустрия превзошла по годовому обороту кинопрокат несколько лет назад. А в России она только начала активно развиваться! «Самая значительная доля в игровой индустрии приходится на MMO (многопользовательские онлайн-игры; 30%) и социальные игры (26%); доля мобильных игр составляет порядка 7% от общего объема игровой индустрии. По словам исполнительного директора Movie Research Александра Лужина, в 2012 году рост кассовых сборов кинопроката в процентном соотношении показал самый низкий уровень с начала 2000-х – всего 10,1%. «Для сравнения: в 2011 году этот показатель равнялся 13%, тогда как даже в период кризиса его уровень не опускался ниже 22%», – говорит эксперт, отмечая, что рост оборота кинопроката в России и странах СНГ в абсолютных цифрах обусловлен не расширением зрительской аудитории, а, в основном, ростом цен на билеты.» [7].

В контексте Интернет – индустрии компьютерные игры находятся на втором месте после Интернет – рекламы с большим отрывом от SEO и веб-разработки. Интернет-реклама очень плотно связана с компьютерными играми, так как активное развитие этого сегмента в России, как раз оживляет рекламу, размещая ее в проектах.

По статистике, на 98% персональных компьютерах мира установлена одна игра. Только в онлайн-игры в мире в 2011 году играло 534 млн. человек, в 2013 году число пользователей может достичь 734 млн. До недавнего

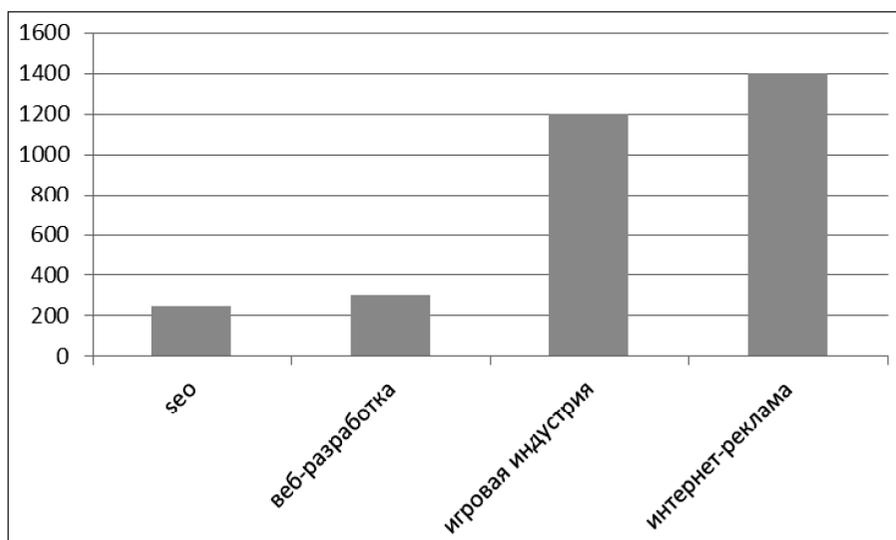


Рис. 6. Соотношение сегментов индустрии IT-технологий в Интернет пространстве

времени считалось, что компьютерными играми увлекались подростки, сегодня же играют все – дети, мужчины, женщины, пенсионеры. Так же по статистике в среднем европеец тратит на игры 8–10 часов в неделю, россиянин же проводит за компьютерными играми от 4 до 9 часов в сутки [2].

Также хочется отметить, что по данным экспертов произошли четкие разделения российских игроков на две категории. Первые – это те, кто вообще не тратит деньги на игры, вторые – платят в месяц до \$5 тыс. «Рынок компьютерных игр в России растет и в этом 2013 г. оборот российского рынка компьютерных онлайн-игр достигнет \$1 млрд. Рост обеспечат преимущественно игры в социальных сетях и мобильные приложения» [4].

4. Основные проблемы в сфере медиа бизнеса в России

Поскольку большинство продукции создается за рубежом, актуальной становится задача выявить современные подходы развития и поддержки этой сферы в России. Инновация подходов заключается в том, что продюсер может не только зарабатывать на прокате кино, но и использовать возможности за счет нового активно развивающегося сегмента вторичного рынка в России – компьютерных видео игр.

В первую очередь необходимо отслеживать тенденции на игровом российском рынке (компьютерных игр). Во-вторых, следует уделять достаточно внимания созданию условий для возможности внедрения инноваций в самом начале создания кинокартины, добиться такого технологического

процесса, чтобы на этапе написания режиссерского сценария параллельно создавалась команда (временный технологически-творческий коллектив) обеспечивающий полную разработку одноименной компьютерной игры по фильму это: режиссеры, разработчики, 3D дизайнеры, художники, музыканты, писатели, программисты, тестеры. Все это требует серьезного финансирования, так как производство игр является дорогостоящими проектами. Считается, что на создание игры высокого класса тратится несколько миллионов долларов и уходит не один год. Трудоемкость качественных игр, использующих симуляторы существовавших исторических объектов, связана с серьезной

подготовительной работой в архивах, музеях. Помимо указанных проблем, связанных с большими затратами как финансовых, так и трудовых усилий, следует учитывать тот факт, что создание видео игр является видом бизнеса для которого характерна высокая доля риска. По оценкам экспертов коммерчески успешными становятся не более 5% создаваемых игр [12].

Сейчас мир компьютерных игр недооценен в России и воспринимается обществом большей частью с негативной характеристикой. Но если подойти к исследованию феномена видеоигр непредвзято, то можно отметить их многогранность, увидеть, что структура компьютерной игры имеет четкую основу: события; сюжет и развитие; эпоху; персонажей. Кинематограф принято считать синтетическим современным искусством, но компьютерные видео игры так же можно назвать синтетическим современным искусством нового вида. Литература является основой для режиссерского сценария в игре – сейчас пишутся книги, по которым создаются игры. И наоборот, по вышедшей игре пишутся книги. Мировой рынок компьютерных игр можно охарактеризовать как олигополистический с выделением олигопольного ядра, формируемого крупными фирмами-лидерами. В настоящее время, изучение проблем повышения прибыльности фильмов во взаимосвязи с компьютерными играми представляет большой интерес, поскольку число кинокартин, экранизируемых

Таблица 3.

Фильмы, снятые за рубежом по мотивам компьютерных игр в период с 1993 по 2011 гг.

| № | Название фильма | Год релиза игры | Год релиза фильма |
|-----|---|-----------------|-------------------|
| 1. | «Super Mario bross.» Супербратья Марио | 1985 | 1993 |
| 2. | «StreetFighter» Уличный боец | 1994 | 1994 |
| 3. | «Mortal Kombat» Смертельная битва | 1994 | 1995 |
| 4. | «Hitman» Наёмный убийца | 2000 | 1997 |
| 5. | «Lara Croft: TombRaider» Лара крофт расхитительница гробниц | 1996 | 2001 |
| 6. | «Resident Evil» | 1996 | 2002 |
| 7. | «Doom» | 1993 | 2005 |
| 8. | «Dead or Alive» Живым или мертвым | 1997 | 2006 |
| 9. | «Silent Hill» | 1999 | 2006 |
| 10. | «Max Payne» | 2001 | 2008 |
| 11. | «Tekken» Железный Кулак | 1995 | 2009 |
| 12. | «Prince of Persia: the sands of time» Принц Персии: Пески времени | 1989 | 2010 |
| 13. | «Final Fantasy» Последняя фантазия | 1987 | 2010 |
| 14. | «Assassin's Creed» Кредо убийцы | 2008 | 2011 |

на основе компьютерных видео игр, а также игр, вышедших по мотивам фильмов, постоянно увеличивается. Активное взаимодействие этих двух сфер выявляет новые инновационные пути для развития этого сегмента в кинематографии. Учитывая опыт западных коллег, перечислим наиболее популярные кинокартины, снятые по мотивам компьютерных игр.

5. Заключение

Компьютерные медиа на сегодняшний день для России являются современным и мало изученным видом медиа культуры и бизнеса. Дальнейшее, более глубокое изучение этого явления и современные методы помогут стимулировать российских продюсеров для более активного освоения данного сегмента аудиовизуального рынка, что даст возможность увеличения прибыли от кинопроектов. Для дальнейшего развития сферы компьютерных игр во взаимодействии с кинематографом необходимо создать интегрированную технологическую структуру, привлекающую к своей работе компании, которые будут заниматься созданием игр уже на этапе постановки фильма. На сегодняшний день игровая индус-

трия является высоко рентабельным бизнесом во всем мире, в то время как в России она находится в зачаточном состоянии, в связи с чем упускается возможность получения дополнительной прибыли. Именно поэтому данный вопрос требует дальнейшего обстоятельного изучения и разработки мер по развитию этого сегмента рынка. Мощный бизнес-потенциал компьютерных игр показывает нам, что данная сфера медиа культуры является серьезным игроком в современных условиях рынка не только во всем мире, но уже и в России.

Литература

1. Newzoo <http://www.l2plus.ru/blog/games/interesnoe-issledovanie-newzoo.html>
2. http://gta5-life.ru/publ/stati_obo_vsem/ob_igrovoj_industrii/kompjuternye_igry_kto_i_kak_delit_mirovoj_rynok/4-1-0-4
3. Интерактивное повествование и режиссура мультимедиа: Сборник научных трудов Центра образования и исследований в области интерактивных цифровых медиа / Под ред. Н.И. Дворко. – СПб: изд-во СПбГУ-КиТ, 2010. – 164с.

4. <http://www.bigness.ru/news/2012-05-02/rynok/134233/>
5. <http://habrahabr.ru/company/mailru/blog/160203/>
6. <http://www.dtf.ru/articles/read.php?id=68477>
7. <http://www.kinobusiness.com/content/view/7261/31/>

References

1. Newzoo <http://www.l2plus.ru/blog/games/interesnoe-issledovanie-newzoo.html>
2. http://gta5-life.ru/publ/stati_obo_vsem/ob_igrovoj_industrii/kompjuternye_igry_kto_i_kak_delit_mirovoj_rynok/4-1-0-4
3. Interactive storytelling and directing multimedia: Collected science articles of the Center for Education and Research in Interactive Digital Media / Under red. N.I. Dvorko. – St Petersburg published SPbGUKiT, 2010. – 164p.
4. <http://www.bigness.ru/news/2012-05-02/rynok/134233/>
5. <http://habrahabr.ru/company/mailru/blog/160203/>
6. <http://www.dtf.ru/articles/read.php?id=68477>
7. <http://www.kinobusiness.com/content/view/7261/31/>