Н.Ю. Казакова

КАТЕГОРИЯ БЕЗОБРАЗНОГО КАК ФАКТОР СОЗДАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА В ГЕЙМ-ДИЗАЙНЕ

В статье рассматривается вопрос изменения восприятия категории безобразного массовым потребителем на примере цифровых игр, а также изучается влияние данной эстетической категории на повышение экспрессии визуального ряда игрового процесса и привлекательности художественного образа положительных и отрицательных персонажей для представителей целевой аудитории.

The present article deals with the problem of the changes in the perception of ugliness by mass market consumers as exemplified by video games, as well as studies the influence of the present aesthetical category on the expression of visuals of the game process and the appeal of an artistic picture of villain-like and positive fictional characters for the members of the target audience.

Ключевые слова: гейм-дизайн, эстетика безобразного, привлекательность художественного образа, цифровая игровая среда, экспрессия визуального ряда, геймплей.

Keywords: game design, aesthetics of ugliness, fictional character appeal, digital game environment, expressive visuals, gameplay.

Одной из основных характеристик постмодернизма является «упразднение» бинарных оппозиций, что приводит к стиранию границ в массовом сознании между такими эстетическими категориями, как комическое и трагическое, низменное и возвышенное, прекрасное и безобразное. Последняя из приведенных категорий легла в основу т.н. «эстетики безобразного», ставшей весьма значимым трендом

постмодернистской культуры, сохраняющимся и в формирующейся эстетике постпостмодернизма, переносящим культуру и науку в плоскость виртуальной реальности.

Гейм-дизайн, представляющий собой процесс художественного проектирования игровых, преимущественно цифровых, систем, развивается в русле общемировых культурных тенденций и, являясь чрезвычайно активно потребляющим инновации междисциплинарным жанром проектной деятельности, зачастую их предвосхищает. Технический прогресс, обеспечивающий постоянное повышение качества аудиовизуальной составляющей и эволюцию форм взаимодействия пользователя с цифровой игровой средой, трансформировал некогда крайне примитивные, с точки зрения графики и механики, «стрелялки» в полифункциональные интерактивные системы, обладающие мощнейшим культурно-эстетическим потенциалом, не уступающим, с точки зрения реализации и трансляции авторского видения, традиционным видам искусства, а подчас их превосходящим, благодаря возможности непосредственного участия реципиента в формировании мультимедийного произведения за счет совершения разнообразных действий в игровой среде.

На сегодняшний день, в условиях жесткой конкуренции между многочисленными компаниями-разработчиками, индустрия интерактивных развлечений активно апеллирует к чувственно-эмоциональному уровню сознания потребителей, задействуя различные способы повышения экспрессии визуального ряда в частности и игрового процесса в целом. Переосмысление эстетической категории безобразного в процессе создания художественных образов, существующих в рамках цифровой игровой среды, существенно обогатило инструментарий гейм-дизайна, позволив добиться большей глубины и многогранности персонажей и остроты игровых ситуаций. «Безобразие» или «уродство» при проектировании цифровых игр охватывает как визуальную составляющую персонажей, локаций и внутриигровых объектов, так и моральный облик персонажей и игровые ситуации в динамике их развития.

Если на ранних этапах развития игровой индустрии сюжет оставался весьма рудиментарным или отсутствовал вовсе, а для

игровых персонажей неизменной оставалось деление на абсолютно «плохих» противников, подлежащих незамедлительному уничтожению всеми доступными способами, и безусловно «хорошего» протагониста, за которого играл пользователь, то на протяжении последних двух десятилетий как технологические инновации, так и постепенно меняющиеся предпочтения целевой аудитории позволили существенно усложнить повествование, начав во многом провокационный и из-за этого вызывающий повышенный эмоциональный отклик процесс деформации таких констант, как «добро» и «зло», «герой» и «злодей», «красота» и «уродство».

Безобразие во внешнем облике персонажа долгое время было прерогативой исключительно антагонистов. В их образе активно применялись разнообразные клише, построенные на противоположных «прекрасному» категориях. В цифровых играх из-за чрезвычайно высокой динамики визуальной составляющей все образы требуют узнаваемости и четкости, поэтому такое противопоставляемое «прекрасному» качество как аморфность, т.е. отсутствие четко выраженной формы, редко используется в цифровой среде. В то же время асимметрия (глаза Скрюченного человека из игрового проекта «The Wolf Amon Us») и дисгармония (нарушенные пропорции тела у персонажа Слендермена из одноименного игрового проекта) используются гораздо чаще.

Разнообразные мутации, проявления болезненных состояний и включение чужеродных анатомии человека элементов (в особенности, ассоциирующихся с насекомыми и хищными зверями) являлись основой создания «безобразного» образа противника (например, некроморфы из игры «Dead Space»). Локации, где данные малосимпатичные персонажи обитали, также проектировались максимально враждебными и устрашающими: подземелья, ледяные пещеры, неприступные темные замки и т.д.

Данный тренд, безусловно, сохраняется и сегодня, обеспечивая мгновенное распознавание игровых ситуаций представителями целевой аудитории, однако он дополнился и тенденцией к вкраплению элементов, считающихся массовым потребителем «безобразными», и в образ протагониста. Например, отсутствие глаза («Metal Gear V: The Phantom Pain»), наличие бионических протезов и усиливающих

способности персонажа имплантов («Tales from the Borderlands»), детские психологические травмы, психические расстройства или сомнительный моральный облик («Thief») теперь используются для придания образу героя определенного темного очарования, которое способно выгодно выделить проект среди конкурентов.

При этом, разработчики игр в своих экспериментах с «безобразным» стараются избегать возникновения когнитивного диссонанса у игроков, когда определенные игровые ситуации или элементы визуальной составляющей оказываются категорически неприемлемыми для целевой аудитории: например, в игре «Spec Ops: The Line» протагонисту в рамках военной операции, направленной на спасение гражданских лиц, необходимо применить против сил противника белый фосфор. Тот факт, что в результате чудовищного стечения обстоятельств от этой атаки погибли и те самые гражданские, безопасность которых надо было обеспечить, вызвал категорическое отторжение у пользователей, и игровой проект приобрел крайне негативный медийный образ.

Во многих современных игровых и кинопроектах образующая, по Гераклиту, структуру прекрасного борьба противоположностей наблюдается не в противостоянии героя и антагониста, а происходит в душе и облике каждого из них [1]. В цифровых играх «эстетика безобразного» охватывает не только формальный уровень, представленный дизайном локаций и внешностью персонажей, но даже в более значительной степени относится к внутреннему миру последних. Так, киборг Райден из игрового проекта «Metal Gear Rising» стремится защитить слабых и прекратить бесчеловечные эксперименты частных военных компаний над людьми, при этом его собственное темное прошлое приводит к спорадическим всплескам такого уровня жестокости в процессе достижения благой цели, что даже один из главных злодеев Сэм безуспешно пытается образумить Райдена, указав на тот ужас и разрушение, которые он сеет на своем пути.

Такого рода сюжет, где протагонист и злодей фактически поменялись местами, был бы абсолютно неприемлем для целевой аудитории ранних цифровых игр, аудиовизуальная составляющая которых

из-за жестких технических ограничений не позволяла наглядно раскрыть сложные сюжетные линии. Однако на сегодняшний день и еще более противоречивые игровые проекты, такие как «Grand Theft Auto», «Hotline Miami» и «Payday», где протагонистами выступают откровенно маргинальные личности, без особых проблем находят широкую целевую аудиторию, стремящуюся отойти от наскучивших классических оппозиций в пользу увлекательного и насыщенного игрового процесса.

Такое положение дел в современной индустрии интерактивных развлечений не должно, однако, однозначно трактоваться как признак культурного упадка и деградации. Ф.Шиллер утверждал, что «то, что безобразно в природе, может быть прекрасно в искусстве» [2], а Аристотель полагал, что предмет искусства включает в себя и прекрасное, и безобразное, способное вызвать в реципиенте некий положительный отклик в процессе узнавания созданных творческим сознанием образов [3].

Проблема безобразного как эстетической категории занимает и современных мыслителей, один из которых, сооснователь лондонского Музея дизайна С.Бэйли, говорит, что «эстетические ценности постоянно меняются, и то, что сегодня считается уродливым, завтра может стать шедевром» [4], добавляя, что уродство необходимо, чтобы понять красоту [5].

Столь прямолинейному подходу можно противопоставить точку зрения К.Розенкранца, который хотя и утверждал, что «развитие идеи прекрасного делает неизбежным анализ безобразного» [6], однако призывал «отказаться от неограниченного применения тезиса, что безобразное присутствует в искусстве ради прекрасного», подчеркивая самодостаточность последнего. Необходимость включения безобразного в искусство Розенкранц обосновывал стремлением избежать однобокого, необъективного выражения идеи, неизбежно возникающего при апелляции лишь к прекрасному в попытке воссоздать в искусстве многогранность бытия. Мало того, философ подчеркивал и равную возможность всех видов искусства «впасть в безобразное», возведя его «до степени невыносимого» [7]. В этом отношении у гейм-дизайна за счет успешного

инкорпорирования инструментария различных видов искусства и смежных дисциплин есть все возможности для реализации данной эстетической категории с целью экспрессивной реализации определенных аспектов реальности.

В опубликованной в «Американском журнале медиа-психологии» статье «Хорошие, плохие и уродливые: роль эмоций в понимании привлекательности персонажей видеоигр» выявляются факторы, способствующие возникновению положительного эмоционального пользователя на представленные в цифровой игровой среде образы персонажей [8]. Созданная учеными модель восприятия вымышленных персонажей показывает, что при первичном взаимодействии с новым игровым продуктом красота способна повысить заинтересованность игрока персонажем, а уродство последнего — наоборот, вызвать желание дистанцироваться. Однако уже непосредственно в рамках геймплея, когда возникает необходимость решать определенные внутриигровые задачи, даже частичная самоидентификация игрока с персонажем, определенный уровень эмпатии по отношению к нему и/или восприятие его как образца для подражания не способны повысить уровень привлекательности этого героя в глазах пользователя, если у данного персонажа отсутствуют или недостаточно выражены характеристики для успешного прохождения игры. На основании проведенного на тест-группе исследования было установлено, что наиболее привлекательными кажутся добродушные, эффективные в решении внутриигровых задач и красивые персонажи; добрые, но уродливые и менее приспособленные к успешному прохождению игры персонажи вызывают одновременно и жалость, и нежелание играть за такого персонажа; эффективные, красивые, но злые герои игр обладают высоким уровнем привлекательности, в то время как злые, неэффективные и уродливые персонажи вызывают презрение и представляются наименее привлекательными. Таким образом, наиболее важным фактором привлекательности и востребованности игрового персонажа является его эффективность и приспособленность к решению игровых задач. Красота, эстетика визуальной составляющей образа, идет на втором месте, а моральные качества персонажа, к сожалению, влияют на мнение пользователя о персонаже в значительно меньшей

степени. Понимание данной закономерности важно с точки зрения гейм-дизайна, например, при проектировании многопользовательских онлайн игр, где у игрока существует возможность выбрать определенный персонаж из довольно значительного числа различающихся внешне и по игровым показателям героев.

Библиография:

1. *Бореев Ю.Б.* Эстетика. — М.: Высшая школа, 2002. — С. 39.

2. *Шиллер Ф*. Собрание сочинений в семи томах. Т. 6 / Статьи по эстетике. Литературно-художественное издание. — М.: Гослитиздат, 1957 — 792 с.

3. *Аристотель*. Риторика. Поэтика. — Москва: Лабиринт, 2000. — 224 с.

4. Официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/features/ugly-is-the-new-beautiful-from-aesthetic-monstrosity-to-design-masterpiece-8219717.html%3famp/, свободный (дата обращения: 27.12.2017).

5. *Bayley S*. Ugly: The Aesthetics of Everything. — Goodman Books, 2012. — 272 с.

6. *Rosenkranz K*. Aesthetics of Ugliness. — Bloomsbury 3PL, 2015. — 344 с.

7. *Шкепу М.А*. Эстетика безобразного Карла Розенкранца / Институт проблем современного искусства. — Киев: Феникс, 2010. — 448 с.

8. *Ramasubramanian S., Sanders M.* The good, the bad, and the ugly. Exploring the role of emotions in understanding the appeal of video game characters // American Journal of Media Psychology. — Winter/Spring 2009. — Vol. 2. — №. 1/2. — С. 148–169.