

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра русской и зарубежной литературы

**РОССИЙСКАЯ ИГРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СЕТИ
ИНТЕРНЕТ**
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 431 группы
направления журналистика 44.03.01
Института филологии и журналистики

Левченко Игоря Дмитриевича

Научный руководитель
доц., канд. филол. наук, доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Ю.Н.Борисов
инициалы, фамилия

Зав. Кафедрой
зав.кафедрой, к.ф.н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Ю.Н. Борисов
инициалы, фамилия

Саратов 2021 год

Введение. Игровая индустрия является крупнейшей в сфере индустрии развлечений. В 2020 году совокупный доход игровой индустрии по всему миру превысил совокупный доход индустрии кино и спортивной индустрии, таким образом, в 2020 году игровая индустрия принесла прибыль на сумму в 179,7 миллиардов долларов США¹. В сферу игровой индустрии входит и игровая журналистика, которая имеет большое влияние и значение в данной сфере. В игровой индустрии журналист как никогда важен и может влиять на события в ней. В данный момент в России почти вся игровая журналистика представлена в сети Интернет. Хотя игровая журналистика уже в данный момент является крупным медиатором информации, появилась она сравнительно недавно, исходя из этого, теоретическое осмысление рассматриваемого феномена находится в начальной стадии своего развития. Исходя из этого тема выпускной бакалаврской квалификационной работы **актуальна**.

В данной работе **объектом** исследования является российская игровая журналистика в целом и её сетевое воплощение в частности, предметом исследования является развитие и функционирование игровых изданий в сети Интернет.

Цель исследования – на примере интернет-порталов «Игромания» и «StopGame» выявить особенности сетевой игровой журналистики.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи**:

- Определить причину появления игровой журналистики;
- Определить направленность игровой журналистики;
- Определить специфику появления игровой журналистики в России;
- Определить причины приведшую игровую журналистику в сеть

Интернет;

¹ Выручка мировой индустрии видеоигр превзошла доходы кино и спорта [Электронный ресурс] // INTERFAX.RU. [Электронный ресурс]: сайт. – URL: <https://www.interfax.ru/world/742705> (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.

- Определить терминологическую и жанровую базу сетевой игровой журналистики;
- Определить специфику и особенности сетевой игровой журналистики.

Причиной выбора именно данных сетевых игровых изданий для исследования является их направленность на русскоязычную аудиторию и весомая популярность в среде игровой журналистики в России как в прошлом, так и в настоящем.

Выпускная квалификационная бакалаврская работа состоит из Введения, двух глав, Заключения и Списка использованных источников.

Появление и развитие игровой журналистики. Появление игровой журналистики в западных странах. Процесс появления игровой журналистики начался одновременно с популяризацией видеоигр. Произошло это в 70-ых годах XX-го века. Игровая журналистика отчасти началась вместе с выпущенным в 1974 году торговым журналом «Play Meter». Настоящие игровые издания появились в 1981 году, в Британии это был журнал «Computer and Video Games», а в США журнал «Electronic Games». Оба журнала были полностью посвящены видеоиграм. Первым посвященным играм интернет-порталом стала онлайн версия журнала «Game Zero» в 1994 году. На данный момент западная игровая журналистика существует как в печатном, так и в электронном виде, но с полноценным распространением сети Интернет и потребностью читателя в оперативных известиях большая часть изданий существует только в электронном виде.

Появление игровой журналистики в России. В отечественной журналистике первые публикации игровой журналистики начались еще при Советском Союзе в 70-ых и 80-ых годах XX века. В различных печатных изданиях проскальзывала тема видеоигр и компьютера в целом, в начале 90-ых в свет выходили печатные издания, посвященные видеоиграм, где раскрывались советы по их прохождению, секретные коды, которые позволяли манипулировать происходящим на экране, и различные интересные и полезные

особенности каждого отдельно взятого игрового продукта. Но началом истории отечественной журналистики принято считать момент, когда в России стала получать популярность игровая домашняя консоль «Dendy» (неофициальная версия сверхпопулярной за рубежом консоли «Nintendo Entertainment System» или просто «NES»). В то же время в России начинающий предприниматель и журналист Владимир Боров, уже открывший в 1990-ом году издательский дом «Видео-АСС» («Видеоагентство Советского Союза»), издавал различные журналы из серии «Видео-АСС». Позже коллекцию журналов пополнил «Видео-Асс Корона», посвященный компьютерным играм. Именно на последний журнал обратили внимание в компании «Steepler», которая предложила сотрудничество и создание совместного журнала. Таким образом, в 1993 году на свет появился «Видео-Асс Dendy». Изначально этот журнал представлял из себя рекламный проект компании для увеличения продаж консолей «Dendy», но позже журнал обрел самостоятельность и ушел из-под крыла «Steepler».

Следующим большим шагом в развитии российской игровой журналистики стал выход в 1995 году журнала «Магазин игрушек» (после 1997 «Game.EXE»). От «Великого дракона» этот журнал отличался более профессиональным подходом к своему делу. Отдельного упоминания заслуживает журнал «Игромания», выходивший в печати с 1997 года по 2018 год.² Издание являлось самым крупным в России и одним из крупнейших в Европе. Один из них содержал демоверсии игр (а иногда и полные версии), различные модификации для видеоигр, полезные утилиты. Другой диск был той самой причиной, почему многие вообще покупали этот журнал. Причиной этой была «Видеомания» — видеодополнение к журналу, которое содержало в себе обзоры, трейлеры, новостные выпуски и различного рода развлекательный

² История «Игромании»: с древнейших времен и до наших дней [Электронный ресурс] // Игромания.ру. [Электронный ресурс]: сайт. — URL:https://www.igromania.ru/article/28719/Istoriya_Igromanii_s_drevneyshih_vremen_i_do_nashih_dney.html (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.

контент. В конце 2018 года печатная «Игромания» перестала выпускаться, как и много других игровых журналов до нее. Причинами для закрытия игровых изданий в основном служили недостаток финансирования и неактуальность информации в новых выпусках, так как все уже давно можно узнать в интернете в одно мгновение. «Игромания» не перестала существовать, теперь она полностью присутствует в сети Интернет.

Единственное живое печатное издание, посвященное видеоиграм, на сегодняшний день в России – это «Навигатор игрового мира», существующий еще с 1997 года.

Первоначальное распространение информации о видеоиграх и их самих тесно связано с появлением различных телепередач на эту тему в начале 90-х годов. За первые 10 лет на телевидении появилось множество различных программ о играх. Но есть отдельные передачи, достойные упоминания и задавшие вектор популяризации видеоигр в России, среди которых «Денди – Новая реальность». В каждом выпуске передачи рассказывалось о нескольких играх для 8-ми и 16-ти битных консолей («Dendy» и «Sega Mega Drive»). Программа долго продержалась на плаву благодаря новизне и неотразимой харизме ведущего Сергея Супонева.

В 1995 году на всех экранах страны начала выходить передача об играх для персональных компьютеров «От винта!», ставшая также легендарной, как и «Денди – Новая реальность». Можно считать, что это одна из самых успешных и популярных передач об играх на отечественном телевидении. Секрет успеха передачи был прост. Харизматичные ведущие Антон Зайцев ("Гамовер") и Борис Репетур ("Бонус"), отличные юмор и комментарий — два фактора, которые выделяли данную передачу на фоне остальных. С приходом сети Интернета популярность телепередач про видеоигры начала стремительно падать. Сейчас на ТВ почти не осталось передач об играх, а у тех, кто еще остается на плаву, очень скромная аудитория.

Обобщая, можно констатировать, что современная российская игровая журналистика существует исключительно в сети Интернет. И этот всеобщий

переход в сеть Интернет стер грань между тем, кого именно можно называть игровым журналистом.

На стыке 20-го и 21-го века в российском интернете появились знаковые и являющиеся в настоящее время ведущими игровые порталы, посвященные видеоиграм, такие как «StopGame» и сайт журнала «Игромания», которые и являются объектом исследования в данной работе.

Последующее развитие игровой журналистики в сети Интернет. Множество современных популярных ресурсов изначально зарождалось в сети Интернет. Среди этих ресурсов был интернет-портал “StopGame.Ru”. Свой путь к совместному лидерованию в сфере сетевой российской игровой журналистики, наряду с «Игроманией», «StopGame» начал в 1999-ом году. Сайт из середины нулевых и современный сайт — два абсолютно разных проекта. На этом ресурсе содержались базы данных чит-кодов (заранее подготовленная разработчиком данной видеоигры комбинация клавиш, вводимая с помощью органов управления персонального компьютера (далее – ПК) или домашней консоли, для получения какого-либо преимущества или доступа к каким-то скрытым от потребителя особенностям), программ для взлома игр, обхода проверки подлинности игры на наличие лицензии и т. д. В 2005 году появился первый текстовый обзор, и этот момент можно считать началом постепенного увеличения популярности сайта, но каких-то критических изменений не последовало³.

Глобальные изменения в политике Интернет-ресурса начались ближе к концу 00-ых. Произошло обновление редакционного состава, который пополнился сотрудниками бывших печатных игровых изданий («ЛКИ» или «Лучшие Компьютерные Игры»). Огромную роль в формировании

³ Arseny. Интервью с владельцем StopGame.ru: «Валовый доход в пределах 10-15K \$, затратная часть в пределах 7-12K \$» [Электронный ресурс] / Arseny // Webmilk [Электронный ресурс]: блог для продвинутых пользователей Сети. – URL: <http://webmilk.ru/2010/03/03/intervyu-s-vladelcem-stopgame-ru/> (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.

обновленного StopGame сыграл запуск видеоканала SGTv. С 2008 года на сайте появились первые видеообзоры (за авторством Максима Кулакова, бывшего автора PlayGround), а в сентябре 2009 года StopGame запустил новостной дайджест «Игрозор».

На данный момент «StopGame» является одним из самых популярных игровых ресурсов российской части сети Интернет. Особой популярностью пользуется внутренний форум сайта, где каждый посетитель может высказаться на любую тему или опубликовать какой-либо материал.

У каждого российского игрового журнала когда-то существовал собственный Интернет-портал. Создавался он, в первую очередь, для популяризации печатного издания, но точно не для конкуренции в Интернет-пространстве. Лучше всего из подобных сайтов себя чувствует «Игромания». Сейчас это один из самых популярных информационно-игровых порталов России, но ещё 10 лет назад его посещали в основном ради второго крупнейшего игрового форума страны.

Достаточно продолжительное время Интернет-портал был неким приложением к печатному журналу, что больше всего напоминало более упрощенную версию дискового приложения к печатному изданию.

Уже в 2011 году руководство журнала решило попытаться доносить новости и различную информацию на новых платформах. Среди них был новоиспеченный YouTube канал и цифровая версия печатного издания – «Игромания Digital», которая позже появилась на планшетных компьютерах компании Apple – iPad.

Отличительным фактом является то, что редакция журнала и редакция Интернет-ресурса были разными командами. В 2013 году обе редакции были объединены. При Геворге Акопяне, бывшем редакционном директоре и главном редакторе.

Уже в 2016 году в приоритете был Интернет-ресурс, подхвативший тенденции развития печатной игровой журналистики в то время. В период с 2016 по 2018 год в журнале печатали тексты, которые появились на сайте ещё

несколько месяцев назад. В 2018 году печатный журнал «Игромания» был полностью закрыт, и редакция полностью направила свой взор на публикацию и работу в Интернет сфере⁴.

Специфика и функционирование сетевой игровой журналистики на примере Интернет-порталов «Игромания» и «StopGame». Тематическая направленность и жанровый арсенал. В рамках направления игровой журналистики присутствует, как и в других направлениях, множество терминов, существующих исключительно в её сфере деятельности. Так как игровая индустрия зародилась в зарубежных, преимущественно англоговорящих и англоязычных странах, то и терминология, используемая в российских игровых СМИ, является почти всегда полным заимствованием иностранных слов.

Под игровой журналистикой обычно понимается вид журналисткой деятельности, направленной на описание, оценку и обсуждения видеоигрового продукта.

Редакция и авторы порталов «Игромания» и «StopGame» используют все возможные формы и жанры журналистики при подготовке своего контента. Конечно же, на страницах ресурсов присутствуют основные для журналистики жанры, такие как обзоры («Ревью»), интервью, репортажи и т. д. Но больше всего читателям и зрителям запоминаются аналитические и документальные работы авторов портала.

Система оценивания и её проблематика. Сама игровая журналистика, в целом, придерживается такой же системы оценивания, как и киножурналистика. В основном все начинается с установки минимального и максимального балла для оценки конечного продукта.

⁴ Костин, С. Сайт журнала Игромания [Электронный ресурс] / С. Костин // DTF [Электронный ресурс]: интернет-портал. – URL: <https://dtf.ru/retro/125797-sayt-zhurnala-igromaniya> (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.

Для дальнейшего сравнения и более детального анализа системы оценивания в игровой индустрии предлагаю взять киножурналистику как предмет для сравнений.

Со стороны игровой журналистики предлагаю взять исследуемые здесь российские игровые порталы «Игромания» и «StopGame», а также «Player One» – информационное подразделение разработчика и издателя «Игры@Mail.ru»; зарубежные Интернет-ресурсы «Metacritic», «Opencritic» и «IGN». Ко всему в список для сравнений предлагаю добавить крупнейший в мире Интернет-ресурс для цифровой дистрибуции видеоигр, а именно «Steam».

Данные ресурсы хоть и не являются журналистскими, но были выбраны по причине того, что в киноиндустрии подавляющее большинство потребителей оценивает возможность приобретения продукта или поход на него в кино благодаря таким агрегаторам.

Хоть в игровой журналистике общепринятой системой оценивания является система по шкале от 0 до 10, крупные российские ресурсы уходят в сторону менее объективных оценок⁵. Всё это связано с изменением отношения покупателей к десятибалльной системе оценивания⁶.

Проведя сравнение и анализ каждого из ресурсов и его системы оценивания конечного продукта, можно сказать, что существует довольно большое различие во взглядах при потреблении кино и видеоигровой продукции. Все это приводит нас к самому большому различию между системой оценок кино и видеоигр.

⁵ Информация о нашей системе оценок [Электронный ресурс] // StopGame.ru [Электронный ресурс] сайт. – URL: [URL:https://stopgame.ru/about_rating](https://stopgame.ru/about_rating) (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.

⁶ Игромания меняет систему оценки игр (да, опять) [Электронный ресурс] // Игромания.ру. [Электронный ресурс]: сайт. – URL:[https://www.igromania.ru/article/30746/Igromaniya_menyaet_sistemu_ocenki_igr_\(da_opyat\)](https://www.igromania.ru/article/30746/Igromaniya_menyaet_sistemu_ocenki_igr_(da_opyat)).html (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.

Можно заметить, что при оценке кино, мультфильмов и сериалов используются более точные системы рейтинга, связано это с тем, что при просмотре продукта, что критик, что потребитель видят одинаковый продукт, с одинаковой точки зрения. Практически нет факторов, влияющих на восприятие продукта. С игровой журналистской все сложнее, помимо вышеперечисленного существует огромное количество факторов, влияющих на финальную оценку. Среди них оборудование, на котором играет рецензент, состояние этого оборудования, состояние проекта, устройства ввода и вывода, используемые рецензентом, состояние Интернет-соединения, если говорить о онлайн проектах, производительность системы, ошибки в коде игры.

Все это вкупе с тем, что у покупателей уже изменился психологический подход к численным системам оценивания, где неосторожно отнятый балл может привести к провалу проекта и закрытию разработчика.

Средства и специфика распространения сетевой игровой журналистики. Главным и единственным средством распространения информации для сетевого игрового издания является сеть Интернет. Уже здесь происходит разделение на платформы распространения контента, главными из которых сейчас являются, как ни странно, не основной интернет-портал, а аккаунты в социальных сетях и на хостинге видеороликов «YouTube».

Говоря уже о специфике распространения сетевой игровой журналистики, стоит уточнить тот факт, что главными материалами в рамках игровой журналистики часто становится не текст, а видеоматериал или фотоматериал. Все это только укрепляет позиции сетевой журналистики в сравнении с традиционной печатной, являясь при этом одной из главных причин практически полного перехода игровой журналистики в сеть Интернет.

Еще одной специфической особенностью сетевой игровой журналистики является отсутствие, во многих случаях, офиса, нормированного рабочего графика и постоянного творческого состава. В таких условиях существует редакция интернет-портала «StopGame», где материалы для всевозможных

площадок распространения создаются и публикуются в различных уголках Земли.

Специфика присутствует в языке и в виде подачи информации игровыми изданиями. С полным переходом игровой журналистики в сеть Интернет начал почти полностью преобладать несерьезный тон общения с читателем или зрителем. Очень часто информация подается в саркастическом ключе или вовсе в юмористическом, эта особенность никак не влияет на восприятие информации аудиторией, так как внутри неё также существует и преобладает несерьезный тон.

Заключение. На основе проведенного исследования можно заявить, что игровая журналистика является самостоятельным и отдельным видом журналистики. Она содержит специфичные терминологические, содержательные и жанровые особенности.

В первой главе исследования была определена причина появления игровой журналистики, её сфера функционирования и направленность. Выявлен начальный путь развития игровой журналистики в западных странах и определен путь её становления и развития в России. Выявлена также специфика печатных игровых изданий в России.

Была проведена работа по выявлению причины перехода игровой журналистики в России в сеть Интернет, где в качестве основных были выделены отсутствие оперативности при использовании печатного типа распространения и невозможность передавать в печатном типе издания такую важную особенность для игровой журналистики как видеоматериалы.

В исследовании была определена история и развитие двух выбранных для достижения целей исследования интернет-порталов «Игромания» и «StopGame».

Во второй главе исследования на примере Интернет-порталов «Игромания» и «StopGame» были определены тематические, терминологические и жанровые особенности каждого из них.

Была рассмотрена важная особенность игровой журналистики, а именно система оценивания и её проблематика. При изучении данной особенности использовался способ сравнения схожей системы оценивания, которая задействована при оценке кинофильмов в сети Интернет. Была выявлена проблема невозможности объективной оценки игровым изданием конечного продукта и сами причины невозможности объективной оценки, в связи с которым игровые интернет-порталы «Игромания» и «StopGame» однажды сменили систему оценивания конечного продукта с десятибалльной системы на более абстрактную систему оценивания видеоигр.

Была определена специфика и особенности сетевой игровой журналистики. Были выявлены основные средства поступления материала от игровых изданий их потребителям и выделена специфическая особенность, где главным инструментом игрового издания является не основной интернет-портал, а аккаунты в различных социальных сетях. Определена специфика редакционной работы сетевого игрового издания, а также особенности подачи материала и обратной реакции читателя и зрителя.

Список использованных источников

1. Выручка мировой индустрии видеоигр превзошла доходы кино и спорта [Электронный ресурс] // INTERFAX.RU. [Электронный ресурс]: сайт. – URL: <https://www.interfax.ru/world/742705> (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.
2. Игромания меняет систему оценки игр (да, опять) [Электронный ресурс] // Игромания.ру. [Электронный ресурс]: сайт. – URL:[https://www.igromania.ru/article/30746/Igromaniya_menyaet_sistemu_ocenki_igr_\(da_opyat\).html](https://www.igromania.ru/article/30746/Igromaniya_menyaet_sistemu_ocenki_igr_(da_opyat).html) (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.
3. Информация о нашей системе оценок [Электронный ресурс] // StopGame.ru [Электронный ресурс] сайт. – URL: https://stopgame.ru/about_rating (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.
4. История «Игромании»: с древнейших времен и до наших дней [Электронный ресурс] // Игромания.ру. [Электронный ресурс]: сайт. – URL:https://www.igromania.ru/article/28719/Istoriya_Igromanii_s_drevneyshih_vremen_i_do_nashih_dney.html (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.
5. Костин, С. Сайт журнала Игромания [Электронный ресурс] / С. Костин // DTF [Электронный ресурс]: интернет-портал. – URL: <https://dtf.ru/retro/125797-sayt-zhurnala-igromaniya> (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.
6. Arseny. Интервью с владельцем StopGame.ru: «Валовый доход в пределах 10-15К \$, затратная часть в пределах 7-12К \$» [Электронный ресурс] / Arseny // Webmilk [Электронный ресурс]: блог для продвинутых пользователей Сети. – URL: <http://webmilk.ru/2010/03/03/intervyu-s-vladelcem-stopgame-ru/> (дата обращения: 16.05.2021). - Загл. с экрана.